

## 040535 UK Marketing Instrumente A: Social Media Marketing

Wintersemester 2022/23, 4 ECTS, 2 SSt, Unterrichtssprache deutsch  
Mittwoch, ab 05.10.2022, 13.15 – 14.45, HS 16

Marketing Instrumente A kann auch für Marketing Instrumente B absolviert werden (Wenn das Thema unterschiedlich ist)

<b>LV Leiter</b>
<p><b>Dr. Jan André Koch, Lehrstuhl für Marketing</b>  <a href="mailto:jan.andre.koch@univie.ac.at">jan.andre.koch@univie.ac.at</a>          Homepage: <a href="http://marketing.univie.ac.at">http://marketing.univie.ac.at</a>          Sprechstunde: nach Vereinbarung</p>
<b>Ziele der LV</b>
<p>Die Lehrveranstaltung hat das Ziel, die Kenntnisse der Studierenden im Fach Marketing zu vertiefen und eine fundierte Einführung in das Social Media Marketing zu geben. Diskutiert werden die verschiedenen Arten von Social Media und die Besonderheiten von Social Media Marketing im Vergleich zu traditionellem Marketing. Der Kurs soll zur weiteren Beschäftigung mit dem Fach Marketing anregen.</p> <p>Mit der angebotenen Lehrveranstaltung sollen folgende Ziele erreicht werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweiterung der Kenntnisse über das Fach Marketing (aufbauend auf die Einführungslehrveranstaltungen)</li> <li>• Genauere Beschäftigung mit dem Social Media Marketing als Form der Unternehmenskommunikation</li> </ul> <p>Zielgruppe der Lehrveranstaltung sind vor allem Studierende des Bachelorstudiums Betriebswirtschaft, die das Berufsfeld Marketing Management in der Vertiefungsphase gewählt haben.</p>
<b>LV Methode</b>
<p>Theoretische Inhalte werden im Rahmen eines Vortrages erläutert. Jede Einheit (außer der ersten Veranstaltung und den beiden Tests) besteht aus 60-minütigen Vortrag theoretischer Grundlagen durch den Lehrenden und einer ca. 30-minütigen Anwendung des Gelernten. Bitte beachten Sie: das begleitende Studium der Literatur ist unbedingt erforderlich, da nicht alle Inhalte im Rahmen des Vortrags abgedeckt werden können.</p>
<b>Aufnahmekriterien</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anmeldung über <a href="https://uspace.univie.ac.at">https://uspace.univie.ac.at</a></li> <li>▪ positive Absolvierung des Pflichtmoduls ABWL: Marketing der Kernphase des Bachelorstudiums</li> </ul>
<b>Beurteilung</b>
<p>Bei dieser Lehrveranstaltung handelt es sich um einen fortführenden Universitätskurs mit immanentem Prüfungscharakter. Die Leistungsbeurteilung erfolgt auf Basis folgender Teilleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Individuelle Mitarbeit (25 %)</li> <li>▪ Zwischentest (30 %)</li> <li>▪ Endtest (45 %)</li> </ul> <p>Möglichkeiten zur Wiederholung versäumter oder mangelhaft absolvierter Teilleistungen können nicht angeboten werden. Der Zwischentest deckt das Stoffgebiet der vorangehenden Einheiten ab, der Endtest behandelt das gesamte Stoffgebiet. Für eine positive Absolvierung der Lehrveranstaltung sind insgesamt mindestens 50 % notwendig.</p> <p>Die „Individuelle Mitarbeit“ beruht auf Mitarbeit in den einzelnen Lehrveranstaltungen. Eine sanktionsfreie Abmeldung von der Lehrveranstaltung ist bis zum 11.10.2022 möglich. Studierende, die sich bis dahin nicht abgemeldet haben, werden entsprechend ihrer Leistungen beurteilt.</p>
<b>Prüfungsstoff</b>

Prüfungsstoff sind die Inhalte des Kurses sowie die angegebene Literatur, auf die sich die einzelnen Einheiten des Kurses inhaltlich stützen.

Für die Prüfungsvorbereitung werden den Studierenden Kursunterlagen, die die Inhalte des Lehrbuchs den Kurseinheiten folgend aufbereiten, online (via Moodle) zur Verfügung gestellt.

### Literatur

Die Inhalte der Lehrveranstaltung basieren zu großem Teil auf dem Lehrbuch Tuten, Tracy L. Social Media Marketing. Vierte Edition. SAGE Publications, Ltd. (UK), 2020. Zusätzlich werden vereinzelt aktuelle wissenschaftlichen Publikationen zu den jeweiligen Themengebieten zusammen besprochen, diese werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Die Lehrveranstaltung wird durch die E-Learning Plattform Moodle (<https://moodle.univie.ac.at>) unterstützt. Studierende mit einem gültigen u:net Account werden vor der ersten Einheit von der LV Leitung frei geschaltet.

### Detaillierter Terminplan

V	Inhaltlicher Schwerpunkt	Termin (Hörsaal 16, Oskar-Morgenstern-Platz 1, 2.Stock)
1	Organisatorisches, Einführung	05.10.2022; 13.15-14.45
2	Social Media KonsumentInnen	12.10.2022; 13.15-14.45
3	Netzwerkstrukturen und Gruppeneinfluss	19.10.2022; 13.15-14.45
4	SMM Strategie, Planung und Ausführung	09.11.2022; 13.15-14.45
5	Social Community	16.11.2022; 11.30-13.00
6	Social Publishing	23.11.2022; 13.15-14.45
7	<b>Zwischentest</b>	30.11.2022; 13.15-14.45
8	Social Entertainment	07.12.2022; 13.15-14.45
9	Social Commerce	14.12.2022; 13.15-14.45
10	Social Media Analyse	11.01.2023; 13.15-14.45
11	Social Media Metriken	18.01.2023; 13.15-14.45
12	<b>Endtest</b>	25.01.2023; 13.15-14.45