

040071 UK Marketing Instrumente B: Marken- und Produktmanagement

Sommersemester 2022, 4 ECTS, 2 SSt, Unterrichtssprache deutsch
Donnerstag, ab 03.03.2022, 11.30 – 13.00, Oskar-Morgenstern-Platz 1, HS 7

LV Leiter
<p>Dr. Jan André Koch, Lehrstuhl für Marketing jan.andre.koch@univie.ac.at Homepage: http://marketing.univie.ac.at Sprechstunde: nach Vereinbarung</p> <p>Die LV-Einheiten finden vor Ort im HS 7 statt.</p>
Ziele der LV
<p>Die Lehrveranstaltung hat das Ziel, die Kenntnisse der Studierenden im Fach Marketing zu vertiefen und eine fundierte Einführung in das Management von Marken und Produkten zu geben. Diskutiert werden Marken und wie sie sich von Produkten abheben, wie sie sich aufbauen, entwickeln und welchen Mehrwert diese haben. 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">• Erweiterung der Kenntnisse über das Fach Marketing (aufbauend auf die Einführungslehrveranstaltungen)• Genauere Beschäftigung mit der Markenentwicklung als effektives Mittel zur Kundenbindung und Umsatzsteigerung eines Unternehmens• Verbesserung des Verständnisses akademischer Artikel und derer praktischen Anwendungsmöglichkeiten <p>Zielgruppe der Lehrveranstaltung sind vor allem Studierende des Bachelorstudiums Betriebswirtschaft, die das Berufsfeld Marketing Management in der Vertiefungsphase gewählt haben.</p>
LV Methode
<p>Theoretische Inhalte werden im Rahmen eines Vortrages erläutert. Jede Einheit (außer der ersten Veranstaltung und den beiden Tests) besteht aus einem ca. 10-minütigen Gruppenvortrag eines akademischen Artikels durch die Studierenden, einem ca. 30-minütigen Vortrag theoretischer Grundlagen durch den Lehrenden und einer ca. 40-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>
Aufnahmekriterien
<ul style="list-style-type: none">▪ Anmeldung über https://uspace.univie.ac.at▪ positive Absolvierung des Pflichtmoduls ABWL: Marketing der Kernphase des Bachelorstudiums▪ Anwesenheit in der ersten Lehrveranstaltungseinheit ist für eine weitere Teilnahme am Kurs zwingend erforderlich!

Beurteilung

Bei dieser Lehrveranstaltung handelt es sich um einen fortführenden Universitätskurs mit immanentem Prüfungscharakter. Die Leistungsbeurteilung erfolgt auf Basis folgender Teilleistungen:

- Präsentation (10 %) (Beurteilung als Gruppe von ca. 5 Studierenden)
- Individuelle Mitarbeit (10 %)
- Zwischentest 35 %
- Endtest 45 %

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.

In den Einheiten besteht Anwesenheitspflicht. Studierende, die öfter als dreimal abwesend sind, werden negativ beurteilt. Eine sanktionsfreie Abmeldung von der Lehrveranstaltung ist bis zum 14.03.2022 möglich. Studierende, die sich bis dahin nicht abgemeldet haben, werden entsprechend ihrer Leistungen beurteilt.

Literatur

Die Literatur zu den jeweiligen inhaltlichen Schwerpunkten wird im Laufe des Semesters bekannt gegeben. Diese setzt sich aus aktuellen wissenschaftlichen Publikationen sowie Kapiteln aus Lehrbüchern zu den jeweiligen Themengebieten zusammen.

Die Lehrveranstaltung wird durch die E-Learning Plattform Moodle 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 7, Oskar-Morgenstern-Platz 1, 1.Stock)
1	Organisatorisches, Definition des Markenbegriffs	03.03.2022; 11.30-13.00
2	Markenwert	10.03.2022; 11.30-13.00
3	Markenentwicklung	17.03.2022; 11.30-13.00
4	Markenelemente	24.03.2022; 11.30-13.00
5	Marketing Mix & Markenwert	31.03.2022; 11.30-13.00
6	Markenwert messen	07.04.2022; 11.30-13.00
7	Zwischentest	28.04.2022; 11.30-13.00
8	Markenwert steigern	05.05.2022; 11.30-13.00
9	Markenportfolio	12.05.2022; 11.30-13.00
10	Marken im Verlauf der Zeit	19.05.2022; 11.30-13.00
11	Internationale und globale Marken	02.06.2022; 11.30-13.00
12	Endtest	23.06.2022; 11.30-13.00