

040138/1 UK ABWL Marketing II
040138/2 UK ABWL Marketing II
040138/3 UK ABWL Marketing II

Sommersemester 2022, 2 SSt., Unterrichtssprache: deutsch
3 ECTS

LV Leiter

Dr. Jan André Koch, Lehrstuhl für Marketing

jan.andre.koch@univie.ac.at

Homepage: <http://marketing.univie.ac.at>

Sprechstunde: nach Vereinbarung

Gruppe 1: Donnerstag, 15:00 – 16:30 HS 8

Gruppe 2: Mittwoch, 8:00 – 9:30 HS 10

Gruppe 3: Donnerstag, 13:15 – 14:45 HS 7

Ziele der LV

Diese Lehrveranstaltung vertieft die in der Lehrveranstaltung VO ABWL Marketing 1 vermittelten Lehrinhalte. Die dort erlernte Terminologie und die grundlegenden Konzepte des Marketings werden nun anhand realer Marketingprobleme angewandt. Mittels Fallstudien kommt es zur Analyse von realen Unternehmen aus der österreichischen und internationalen Marketingpraxis. Die in Gruppen erarbeiteten Ergebnisse und Lösungsvorschläge werden anschließend im Plenum präsentiert und diskutiert. Die Lehrveranstaltung soll zur weiteren Beschäftigung mit dem Fach Marketing und der Betrachtung von Marketingentscheidungen aus der Sicht des Managements ermuntern.

LV-Inhalte

Die Lehrveranstaltung behandelt bereits bekannte Themenbereiche des Marketings in vertiefender Form und soll dazu beitragen, das Verständnis für komplexe Praxis-Entscheidungen im Bereich Marketing zu schärfen.

Im Rahmen des strategischen Marketings werden folgende Themenbereiche näher betrachtet:

- Marketingumfeld
- Strategisches Marketing
- Konsumentenverhalten
- Marktforschung
- Marktsegmentierung und Marktpositionierung

In der zweiten Hälfte der Lehrveranstaltung werden Entscheidungen des operativen Marketings untersucht:

- Produktpolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Preispolitik
- Dienstleistungsmarketing

LV-Methode

In der ersten Einheit bekommen die Studierenden eine Fallstudie zugewiesen, diese soll in Kleingruppen gelöst und ausgearbeitet werden. Jede Einheit wird dann eine dieser Ausarbeitungen von den Studenten präsentiert und mit den Kollegen diskutiert. Bitte beachten Sie im Rahmen dieser Ausarbeitung die **Regeln des korrekten wissenschaftlichen Arbeitens**, zitieren Sie Ihre verwendeten Quellen:

<http://studienpraeses.univie.ac.at/informationmaterial/sicherung-der-guten-wissenschaftlichen-praxis/>

Für weiterführende Informationen bezüglich korrekten Zitierens orientieren Sie sich bitte an folgendem Buch:

Ebster, C., Stalzer, L. (2017): *Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler*. 5. Auflage, Wien, Facultas.

Anschließend werden die Ergebnisse präsentiert – pro Einheit eine Präsentation zu einem Themenbereich.

Aufnahmekriterien

- Anmeldung über U:SPACE
- positiver Abschluss der VO ABWL Marketing 1
- Anwesenheit in der **ersten Lehrveranstaltungseinheit** ist für eine weitere Teilnahme am Kurs zwingend erforderlich!
- Es werden **ausnahmslos maximal 50 Personen** im Kurs aufgenommen! Eine Abwesenheit in der ersten Einheit hat zur Folge, dass der LV-Platz verloren geht.

Beurteilung

Es handelt sich um eine prüfungsimmanente Lehrveranstaltung, die Leistungsbeurteilung erfolgt auf Basis folgender Teilleistungen:

- Ausarbeitung und Präsentation der Fallstudie 20 %
- Mitarbeit 10 %
- Zwischentest 30 %
- Endtest 40 %

Die 10 % Mitarbeit werden erreicht, wenn sich Studierende regelmäßige, aktive und sinnvoll einbringen. Der Fokus des Kurzttests und des Endtests liegt auf der Anwendung der in der VO ABWL Marketing 1 erlernten Konzepte. Für eine positive Absolvierung des UK Marketing sind insgesamt mindestens 50 % notwendig.

In den Einheiten besteht Anwesenheitspflicht. Studierende, die **öfter als dreimal abwesend** sind, werden negativ beurteilt. Bei der Präsentation der eigenen Fallstudie wird eine Anwesenheit vorausgesetzt!

Prüfungstoff

Prüfungstoff 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

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., Piercy, N. (2019): *Grundlagen des Marketing*, siebte Edition., Pearson Education Deutschland GmbH.

Die Lehrveranstaltung wird durch die E-Learning Plattform Moodle (<https://moodle.univie.ac.at>) unterstützt. Studierende mit einem gültigen u:net Account werden nach der ersten Einheit vom LV-Leiter freigeschaltet. Informationen bezüglich des Kurses werden so den Kollegen zugänglich gemacht.

Detaillierter Terminplan:

LV	Termin	Gruppe 1 Do 15:00 – 16:30	Gruppe 2 Mi 08:00 – 09:30	Gruppe 3 Do 13:15 – 14:45
1	Organisatorisches, Einteilung der Arbeitsgruppen...	03.03.2022	02.03.2022	03.03.2022
	Abgabe Ausarbeitung der Fallstudie (Präsentation)	16.03.2022	15.03.2022	16.03.2022
2	Marketingumfeld	17.03.2022	16.03.2022	17.03.2022
3	Strategisches Marketing	24.03.2022	23.03.2022	24.03.2022
4	Konsumentenverhalten	31.03.2022	30.03.2022	31.03.2022
5	Marktforschung	07.04.2022	06.04.2022	07.04.2022
Zwischentest		28.04.2022 (15:00 – 16:00)		
6	Marktsegmentierung/-positionierung	05.05.2022	04.05.2022	05.05.2022
7	Produktpolitik	12.05.2022	11.05.2022	12.05.2022
8	Distributionspolitik	19.05.2022	18.05.2022	19.05.2022
9	Kommunikationspolitik	02.06.2022	01.06.2022	02.06.2022
10	Preispolitik	09.06.2022	08.06.2022	09.06.2022
11	Dienstleistungsmarketing	23.06.2022	22.06.2022	23.06.2022
Endtest		29.06.2022 (08:00 – 09:00)		