

KU Special Topics in Marketing: Marketing Kommunikation 2 (MA) 2023S

Informationen zur Lehrveranstaltung

Kurs-Daten

4.00 ECTS (2.00 SWS) | prüfungsimmanente Lehrveranstaltung | Kursformat: Präsenz
SPL 4 - Wirtschaftswissenschaften | Unterrichtsprache: Deutsch

Kurs# 040 410 | Mittwoch, 15:00 – 16:30; SE 15

Kurs-Leiterin: ao. Univ.-Prof. Dr. Heribert Reisinger
Kontakt: heribert.reisinger@univie.ac.at

Zielgruppe

Dieser Kurs richtet sich insbesondere an *Studierende des Masterstudiums Betriebswirtschaft*, die „Marketing & Internationales Marketing“ als Major bzw. Minor gewählt haben sowie an *Studierende des Masterstudiums Internationale Betriebswirtschaft*, die in der wirtschaftswissenschaftlichen Vertiefungsphase „Marketing & Internationales Marketing“ gewählt haben.

Voraussetzung:

Data Analysis for Marketing Decisions (unbedingt)

Marketing-Kommunikation 1

Dieser Kurs steht zudem auch Studierenden anderer Studienrichtungen sowie Gaststudierenden offen, die eine Spezialisierung im Marketing anstreben und die studienrechtlichen Voraussetzungen erfüllen.

Ziele & Inhalte

Der vorliegende Kurs beinhaltet die Durchführung eines empirischen Projekts zu einem (im Teil 1 nicht behandelten) Instrument der Marketing-Kommunikation. Im Kurs ‚Data Analysis for Marketing Decisions‘ geübte Analysemethoden werden dabei angewendet. Jede Gruppe von Teilnehmer*innen führt eine eigenständige Arbeit durch. Der erste Teil des Kurses umfasst die Einführung und individuelle Besprechung des Projekts. Der zweite Teil enthält die Zwischenpräsentation (Vorstellung des Projekts, theoretische Grundlagen). Im dritten Teil erfolgt schließlich die Präsentation der Endresultate. Die schriftliche Arbeit ist in deutscher Sprache zu verfassen und am Ende des Semesters abzugeben.

Anmeldung und Anwesenheit

Die Anmeldung findet online über u:space statt. Es besteht Anwesenheitspflicht (das Fehlen an zwei Terminen ist ohne Entschuldigung möglich; ein drittes Mal Fehlen ist nur bei Vorliegen eines wichtigen

Grundes mit Bestätigung erlaubt). Aufgrund von Covid-19 kann es während des Semesters zu Änderungen im Kursprogramm kommen.

Leistungsnachweis & Beurteilung

- Zwischenpräsentation (25 %)
- Endpräsentation (25 %)
- Schriftliche Projektarbeit (50 %)

Für eine positive Gesamtnote sind insgesamt mindestens 50 % notwendig. Es besteht Anwesenheitspflicht (das Fehlen an zwei Terminen ist ohne Entschuldigung möglich; ein drittes Mal Fehlen ist nur bei Vorliegen eines wichtigen Grundes mit Bestätigung erlaubt).

Termine & Inhalte

Termin	Themen
8.3.	Einführung und Gruppeneinteilung
15.3.	Gruppenindividuelle Besprechung
22.3.	Gruppenindividuelle Besprechung
29.3.	Reservetermin
26.4.	Zwischenpräsentation
3.5.	Zwischenpräsentation
10.5.	Zwischenpräsentation
17.5.	Zwischenpräsentation
7.6.	Endpräsentation (Projekt)
14.6.	Endpräsentation (Projekt)
21.6.	Endpräsentation (Projekt)
28.6.	Endpräsentation (Projekt)

Literatur

- (1) Fill, C., Turnbull, S. (2016): Marketing Communications, 7th ed., Pearson (oder 8th ed.)