

Informationen zur Lehrveranstaltung

### Kurs-Daten

4.00 ECTS (2.00 SWS) | prüfungsimmanente Lehrveranstaltung | Kursformat: Präsenz  
SPL 4 - Wirtschaftswissenschaften | max. 24 Teilnehmer\*innen | Unterrichtssprache: Deutsch

Kurs# 040 037-2 | Freitag, 15:00 – 16:30; SE 5

**Kurs-Leiter:** ao. Univ.-Prof. Dr. Heribert Reisinger  
**Kontakt:** [heribert.reisinger@univie.ac.at](mailto:heribert.reisinger@univie.ac.at)

### Zielgruppe

Dieser Kurs richtet sich an Studierende des Masterstudiums Betriebswirtschaft, die „Marketing & Internationales Marketing“ als Major gewählt haben. Positive Absolvierung der Lehrveranstaltung Marketing Research ist Voraussetzung, dass das Seminar besucht werden kann.

### Ziele & Inhalte

Ziel der Lehrveranstaltung ist die Analyse, Präsentation und kritische Dokumentation von Studien zur Werbeforschung und die Verfassung der Seminararbeit im Rahmen eines Literaturseminars. In den beiden ersten Einheiten führt der Kursleiter in die Thematik ein. Die beiden nachfolgenden Blöcke haben eine Individuelle Gruppenbesprechung und die abschließende Endpräsentation zum Inhalt. Die Seminararbeit ist in deutscher Sprache zu verfassen und am Ende des Semesters abzugeben.

### Anmeldung und Anwesenheit

Die Anmeldung findet online über u:space statt. Die Anwesenheit in allen Einheiten ist Voraussetzung für die Absolvierung des Seminars.

### Leistungsnachweis & Beurteilung

Folgende Teilleistungen ergeben die Endnote:

- |                              |            |
|------------------------------|------------|
| • Schriftliche Seminararbeit | 60 Prozent |
| • Endpräsentation            | 40 Prozent |

Für eine positive Absolvierung des Kurses sind insgesamt mindestens 50 Prozent notwendig. Der positive Notenbereich wird zu gleichen Anteilen aufgeteilt. Die Seminararbeit wird innerhalb einer Gruppe verfasst. Der Kurs verwendet Turnitin zur Plagiatsprüfung.

## Termine & Inhalte

LV	Termin	Inhalt
1	6.10.	Vorbesprechung
2	13.10.	Einführung, Gruppenbildung und Themenvergabe
3	20.10.	Individuelle Gruppenbesprechung
4	27.10.	Reserve
5	3.11.	Individuelle Gruppenbesprechung
6	10.11.	Individuelle Gruppenbesprechung
7	17.11.	Individuelle Gruppenbesprechung
8	24.11.	Reserve
9	15.12.	Endpräsentation
10	12.1.	Endpräsentation
11	19.1.	Endpräsentation
12	26.1.	Endpräsentation

## Literatur

### Basisliteratur

Tellis, G.J. (2004): Effective Advertising – Understanding When, How, and Why Advertising Works, Sage (als e-book über die Bibliothek erhältlich).

### Zusatzliteratur

Lilien, G.L., Rangaswamy, A., De Bruyn, A. (2017): Principles of Marketing Engineering and Analytics, 3rd ed., DecisionPro (insb. Chapter 8: The Digital, Online Revolution in Marketing, 229-255).