

LV Leiter
Dr. Christian Mikunda christian.mikunda@univie.ac.at Homepage: http://marketing.univie.ac.at
Lehrziel
<p>Die zweiteilige Lehrveranstaltung im Wintersemester und Sommersemester hat die psychologischen Mechanismen und dramaturgischen Kunstgriffe des inszenierten Marketings zum Thema. Die Teilnehmer sollen qualifiziert werden, die Marketingrelevanz von Inszenierungen professionell einzuschätzen. Die beiden Teile können auch unabhängig voneinander besucht werden.</p>
Inhalte
<p>Marketing-Dramaturgie A im Wintersemester beginnt mit einem Vorbesprechungstermin im Oktober.</p> <p>Die beiden ersten Blöcke im Dezember beschäftigen sich mit inszenierten Bildern, etwa in Verpackungsdesign und Warenbildgestaltung, die nicht nur gesehen, sondern auch gespürt werden. Die Psychologie von Bewegung und Rhythmus in Spots und Clips ergänzt diesen Ansatz einer formalen Wirkungssteigerung im Marketing.</p> <p>Die drei weiteren Blöcke widmen sich den dramatisierenden Aspekten im Marketing: dem professionellen Storytelling durch "Brain Scripts", der Lust an räumlicher Erschließung mittels "Cognitive Maps", der Medien- und Konsumgeschicklichkeit (Media Literacy) oder der Kreation von Image und Atmosphäre durch "Inferential Beliefs".</p> <p>Marketing Dramaturgie B im Sommersemester hat die Psychologie und Dramaturgie der sieben Hochgefühle und die tranceähnlichen Phänomene der Hypnoästhetik zum Thema.</p>
Seminarmethode
<p>Durchvisualisierter Vortrag mit zahlreichen Videobeispielen, mehrere praktische Übungen.</p>
Art der Leistungskontrolle und erlaubte Hilfsmittel
<p>Sie erfolgt auf Grund eines Gruppen-Referats und eines kurzen mündlichen Prüfungsgesprächs. Die Einführungsübung zu Beginn des November-Blocks gilt als Selbsterfahrung, die den Studierenden die Praxisrelevanz des folgenden Inputs vor Augen führen soll, und wird daher nicht bewertet.</p> <p>Die späteren Gruppenreferate werden pro Gruppe, die mündlichen Prüfungsgespräche am Semesterende einzeln bewertet. Referate und Prüfungsgespräche machen dabei jeweils 50 % der Gesamtnote aus.</p>

Mindestanforderungen und Beurteilungsmaßstab

Die Anwesenheit der Studierenden in der Blocklehrveranstaltung ist durchgehend notwendig und wird zu Beginn jedes Termins überprüft. Verhinderungen müssen schriftlich und vor Beginn des jeweiligen Termins mitgeteilt werden. Eine Gesamtleistung von 50% durch Referat und Prüfungsgespräch führt zu einer garantierten positiven Bewertung.

Literatur

Christian Mikunda, Kino spüren, Strategien der emotionalen Filmgestaltung
WUV / Universitätsverlag, Wien 2002 (Filmhandpresse, München 1986)

Christian Mikunda, Der verbotene Ort, oder: Die inszenierte Verführung. Unwiderstehliches Marketing durch Strategische Dramaturgie
Redline Wirtschaft, Frankfurt 2006 (Econ, Düsseldorf 1995)