

KU Special Topics in Marketing: Marketing Kommunikation 1 (MA) 2023W

Informationen zur Lehrveranstaltung

Kurs-Daten

4.00 ECTS (2.00 SWS) | prüfungsimmanente Lehrveranstaltung | Kursformat: Präsenz
SPL 4 - Wirtschaftswissenschaften | max. 50 Teilnehmer*innen | Unterrichtssprache: Deutsch
Kurs# 040 252/1 | Donnerstag, 13:15 – 14:45; HS 10

Kurs-Leiter: 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.

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

Ziele & Inhalte

Ziel der Lehrveranstaltung ist die kritische Beschäftigung mit Theorien und Modellen der Marketing-Kommunikation, die als Aktivität auf der Unternehmensebene beschrieben wird. Praxisbeispiele und Themenschwerpunkte wissenschaftlicher Publikationen ergänzen die theoretischen Ausführungen.

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).

Leistungsnachweis & Beurteilung

Folgende Teilleistungen ergeben die Endnote:

- Test 1 zur Semestermitte 30 Punkte
- Test 2 zum Semesterende 30 Punkte
- Projektarbeit 10 Punkte

Für eine positive Absolvierung des Kurses sind insgesamt mindestens 35 Punkte notwendig. Möglichkeiten zur Wiederholung versäumter oder mangelhaft absolvierter Teilleistungen können nicht angeboten werden. Da nicht alle Inhalte im Rahmen des Vortrags abgedeckt werden, ist das begleitende Studium der angegebenen Literatur erforderlich. Die Projektarbeit erfolgt innerhalb einer Projektgruppe. Der Kurs verwendet Turnitin zur Plagiatsprüfung.

Der positive Notenbereich wird zu gleichen Anteilen aufgeteilt.

Termine & Inhalte

Termin	Themen	Bücher / Aufsätze <small>(Kapitelangaben zu Fill/Turnbull beziehen sich auf die 7. Auflage)</small>
5.10.	<i>Organisatorisches,</i> Einführung	(1) Kap. 1
12.10.	Prominente Produktbefürworter	(5)
19.10.	Kommunikationstheorie und WOM, Informationsverarbeitung	(1) Kap. 2, (1) Kap. 3, (3)
9.11.	Kaufentscheidungsprozess, Funktionsweise	(1) Kap. 3, (1) Kap. 4
16.11.	Test 1 zur Semestermitte (HS 6, 13:15 !)	
23.11.	Werbung	(1) Kap. 11
7.12.	Mediaplanung	(1) Kap. 20, (4)
12.12.	<i>Werbepräsentationen 1 (Di, 15:00, HS15)</i>	
14.12.	<i>Werbepräsentationen 2</i>	
11.1.	Sponsoring	(1) Kap. 13, (6)
18.1.	Public Relations, Brand Placement	(1) Kap. 12, (1) Kap. 16, (7)
25.1.	Test 2 zum Semesterende (HS 6, 15:00 !)	

Literatur

Lehrbuch (prüfungsrelevant)

- (1) Fill, C., Turnbull, S. (2016): Marketing Communications, 7th ed., Pearson Education (7. Auflage als e-book über die Bibliothek erhältlich; 8th ed., 2019)

Sonstige Bücher

- (2) Fill, C. (2001): Marketing-Kommunikation, Pearson Studium
- (3) Herkner, W. (1986): Psychologie, Springer
- (4) Schweiger, G., Schrattenecker, G. (2021): Werbung, 10. Aufl., UTB

Zeitschriftenaufsätze (prüfungsrelevant)

- (5) Reisinger, H., Mayerhofer, W., Milchram, M. (2002): Der Einsatz prominenter Produktbefürworter in der Werbung – Eine empirische Studie, in: transfer – Werbeforschung & Praxis, Heft 4, 35-40 (wiederveröffentlicht 2015, New Business Verlag)
- (6) Grohs, R., Reisinger, H., Woisetschläger, D. (2015): Attenuation of Negative Sponsorship Effects in the Context of Rival Sports Teams' Fans, in: European Journal of Marketing, 49(11/12), 1880-1901
- (7) Grohs, R., Reisinger, H., Wolfsteiner, E., Haas, J. (2013): At What Age and How Does Understanding of Product Placement Develop?, in: Marketing ZFP, 35(1), 22-31

Präsentationsfolien (prüfungsrelevant)