



## 040222 EC EP: Innovation und Marketing

Wintersemester 2018/19, Unterrichtssprache: Deutsch

<b>LV Leitung</b>
<b>Dr. Sandra Pauser M.A., Lehrstuhl für Marketing, Zimmer 5.625</b> Sprechstunde: nach Vereinbarung ( <a href="mailto:sandra.pauser@univie.ac.at">sandra.pauser@univie.ac.at</a> )
<b>Zielgruppe</b>
Studierende des Erweiterungscurriculums Entrepreneurship
<b>LV Ziele und Lehrinhalte</b>
<p>Neu gegründete Unternehmen beruhen oft auf Innovation und neuen Ideen, die dann erst marktfähig und damit einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden. Wie setzt man eine Innovation erfolgreich um? Wie betritt man einen Markt, und wie kann man sich darin behaupten und wachsen?</p> <p>Der Kurs bietet einen Überblick über das Innovationsmanagement und vermittelt grundlegende Konzepte und Theorien des Marketings anhand realer Marketingprobleme. Das erlernte Wissen soll dazu beitragen, das Verständnis für komplexe Praxis-Entscheidungen an der Schnittstelle zwischen Innovation und Marketing zu schärfen. Thematisiert werden beispielsweise die Technologiedynamik und die Analyse geeigneter Innovationsstrategien. Im Rahmen des strategischen Marketings werden die Themenbereiche Konsumentenverhalten und Marktforschung behandelt. Abschließend werden Entscheidungen des operativen Marketings praxisnah diskutiert (z.B. Überlegungen der Kommunikations- und Preispolitik).</p>
<b>Anmeldung</b>
Anmeldung über <a href="https://uspace.univie.ac.at/">https://uspace.univie.ac.at/</a>  Die Anmeldung erfolgt über Die Lehrveranstaltung wird durch die E-Learning Plattform Moodle ( <a href="https://moodle.univie.ac.at">https://moodle.univie.ac.at</a> ) unterstützt. Studierende mit einem gültigen u:net Account werden nach der ersten Einheit von der LV Leitung frei geschaltet. Die Anmeldung zur Prüfung ist in jedem Fall erforderlich!  Die Pflicht-LV ist Bestandteil des Moduls „(2) Von der Gründungsidee zum Kunden“.  Teilnahmevoraussetzung: keine
<b>Leistungsnachweis</b>
Die Lehrveranstaltung ist nicht prüfungsimmanent. Die Prüfungsleistung wird wie folgt benotet: 1 Endtest. Ab 50 % der erreichbaren Punkte ist die Klausur/Lehrveranstaltung positiv.
<b>Literatur</b>
Kotler/Keller/Opresnik: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien, 15., aktualisierte Auflage 2017. ISBN-13: 978-3868942798, ISBN-10: 3868942793;  Stummer/Günther/Köck: Grundzüge des Innovations- und Technologiemanagements, 3. Aufl., 2010;

## Termine

Fr, 07.12.2018	09:45 - 16:30 Uhr, HS 4
Fr, 14.12.2018	11:30 - 16:30 Uhr, HS 4
Fr, 11.01.2019	09:45 - 16:30 Uhr, HS 4
Fr, 18.01.2019	09:45 - 16:30 Uhr, HS 4

Endtest (Prüfungsdauer 60 Minuten):

1. Termin: Fr, 25.01.2019, 09:45 Uhr, HS 4  
Die weiteren Termine werden noch bekannt gegeben.