

VO Management I – Marketing 040086

WS 2020, 1 SWS

Unterrichtssprache deutsch, 2 ECTS

Mittwoch, online über Folien inklusive Podcasts, über Moodle verfügbar

Dr. Elisabeth Wolfsteiner, Lehrstuhl für Marketing, Zimmer 5.619

elisabeth.wolfsteiner@univie.ac.at

<http://marketing.univie.ac.at>

Sprechstunde: nach Vereinbarung

Zielgruppe

Studierende des Masterstudiums (Internationale) Betriebswirtschaft, Kurs der Einführungsphase (BWL Inhalte)

Inhalt der Lehrveranstaltung

Der Kurs bietet eine Einführung in zentrale Marketingkonzepte und –techniken, dabei steht vor allem eine marktorientierte Unternehmensführung im Vordergrund. Es wird verstärkt auf die Umsetzung in Unternehmen und Wechselwirkungen innerhalb des Marketings eingegangen. Basis dafür bilden vor allem analytische (quantitative) Modelle und (neue) wissenschaftliche Erkenntnisse.

Die Vorlesung soll dazu sensibilisieren, marketingbezogene Probleme zu erkennen und Lösungsansätze dafür zu finden.

Literatur

- Homburg, Christian (2017). Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 6. Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Folien der Vorlesung inklusive Podcasts

Die Lehrveranstaltung wird über die E-Learning Plattform Moodle (<https://moodle.univie.ac.at>) durchgeführt; um Zugang zu den Materialien zu erhalten, registrieren Sie sich über U:SPACE mit Ihrem u:account für diese Lehrveranstaltung.

Beurteilung

Bitte melden Sie sich für den Endtest via U:SPACE an. Für die Prüfung am 27.01.2021 können Sie sich ab 17.11.2020 anmelden; eine An- bzw. Abmeldung zur Prüfung ist bis 25.01.2021, 12:00 möglich. Informationen zu weiteren Prüfungsterminen folgen auf der Homepage des Lehrstuhls für Marketing bzw. über U:SPACE.

Prüfungsstoff: Kapitel des Lehrbuchs und die in der Vorlesung behandelten Inhalte (Folien inklusive Podcasts). Die Prüfung (100% der Leistungserbringung) besteht aus Single-Choice Fragen (5 Antwortmöglichkeiten, 1 korrekte Antwort, keine Minuspunkte).

Zeitplan und Ablauf der Lehre

Die Einheiten der Vorlesung werden über Digitallehre abgewickelt; dafür wird den Student*innen der Foliensatz der jeweiligen Einheit inklusive Podcasts online zur Verfügung gestellt.

Der entsprechende Foliensatz inklusive Podcasts wird jeweils am Mittwoch auf Moodle gestellt, beginnend mit 14.10.2020.

Einheit	Datum	Inhalt	Kapitel Homburg (2017)
1	14.10.2020	Grundlagen Marketing, Konsumentenverhalten	1.1, 1.2, 1.3, 2.1
2	21.10.2020		
3	28.10.2020	(Marketing)strategie	8.1, 9.1, 9.2, 9.3, 9.4
4	11.11.2020	Innovationsmanagement & Branding	11.1, 11.2, 11.4
5	25.11.2020		
6	02.12.2020	Kommunikationspolitik	13.1, 13.2, 13.3.1.1, 13.4
7	16.12.2020		
9	27.01.2021	Endtest, 10:00 bis 11:00 (weitere Informationen bezüglich der Prüfungsmodalitäten folgen)	