



LEHRSTUHL FÜR MARKETING
UNIVERSITÄT WIEN



universität
wien

040428-2 UK ABWL Marketing II

Wintersemester 2020/21, 2 SSt., Unterrichtssprache: Deutsch
3 ECTS

LV Leitung

Dr. Sandra Pauser, M.A., Lehrstuhl für Marketing, Zimmer 5.621

sandra.pauser@univie.ac.at

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

Sprechstunde: nach Vereinbarung

Ziele der LV

Diese Lehrveranstaltung vertieft die in der Lehrveranstaltung VO ABWL Marketing 1 vermittelten Lehrinhalte. Die dort erlernte Terminologie und die grundlegenden Konzepte des Marketings werden nun anhand realer Marketingprobleme angewandt. Mittels Fallstudien kommt es zur Analyse von realen Unternehmen aus der österreichischen Marketingpraxis. Die in Gruppen erarbeiteten Ergebnisse und Lösungsvorschläge werden anschließend (zeitlich asynchron) präsentiert. Der Kurs soll zur weiteren Beschäftigung mit dem Fach Marketing und der Betrachtung von Marketingentscheidungen aus der Sicht des Managements ermuntern.

LV Inhalte

Die Lehrveranstaltung behandelt bereits bekannte Themenbereiche des Marketings in vertiefender Form und soll dazu beitragen, das Verständnis für komplexe Praxis-Entscheidungen im Bereich Marketing zu schärfen.

Im Rahmen des strategischen Marketings werden folgende Themenbereiche näher betrachtet:

- Marketingumfeld
- Strategisches Marketing
- Konsumentenverhalten
- Marktforschung
- Marktsegmentierung und –positionierung

In der zweiten Hälfte der Lehrveranstaltung werden Entscheidungen des operativen Marketings untersucht:

- Produktpolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Preispolitik
- Dienstleistungen

LV Methode

In der Vorbesprechung erhalten Studierende eine Fallstudie, diese soll in Kleingruppen gelöst und schriftlich ausgearbeitet werden. Die Themengebiete werden von den Studierenden präsentiert. **Alle Präsentationen findet zeitlich asynchron statt.** Bitte beachten Sie im Rahmen dieser Ausarbeitung die **Regeln des korrekten wissenschaftlichen Arbeitens**, zitieren Sie Ihre verwendeten Quellen:

<https://studienpraeses.univie.ac.at/infos-zum-studienrecht/sicherung-der-guten-wissenschaftlichen-praxis/plagiat/>

Für weiterführende Informationen bezüglich korrekten Zitierens orientieren Sie sich bitte an folgendem Buch:
Ebster, C., Stalzer, L. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 5. Auflage,
Wien, Facultas.

Anmerkungen aufgrund COVID-19 und damit einhergehende Beschränkungen:

- **Die LV wird zeitlich asynchron über die digitale Lernplattform Moodle abgehalten.**
- Die Präsentationen der Studierenden sind zu den vorgegebenen Fristen auf Moodle hochzuladen.
- Die Kurztests finden schriftlich auf der Lernplattform Moodle in digitaler Form statt.
- Hausübungen werden schriftlich auf Moodle digital abgegeben (Feedback erfolgt ggf. digital)
- Der Endtest findet schriftlich auf der Lernplattform Moodle in digitaler Form statt.

Aufnahmekriterien

- Anmeldung über U:SPACE
- positiver Abschluss der VO ABWL Marketing 1
- Es werden **maximal 60 Personen** im Kurs aufgenommen!
- Dieser Kurs verwendet die Plagiatsprüfungssoftware Turnitin. Für die Kursteilnahme ist die Zustimmung zur Plagiatsprüfung der eingereichten Inhalte erforderlich.

Beurteilung

Es handelt sich um eine prüfungsimmanente Lehrveranstaltung, die Leistungsbeurteilung erfolgt auf Basis folgender Teilleistungen:

- Ausarbeitung und Präsentation der Fallstudie 20 %
- Hausübungen 20 %
- 2 Kurztests 20 %
- Endtest 40 %

Nähere Informationen dazu erhalten Sie in der Vorbesprechung. Die Kurztests decken das Stoffgebiet der vorangehenden drei Themengebiete ab, der Endtest behandelt das gesamte Stoffgebiet. Der Fokus dieser Leistungsüberprüfungen liegt auf der Anwendung der in der VO ABWL Marketing 1 erlernten Konzepte. Für eine positive Absolvierung des UK Marketing sind insgesamt mindestens 50 % notwendig.

Eine **sanktionsfreie Abmeldung** von der Lehrveranstaltung ist **bis zum 31. Oktober 2020** möglich. Studierende, die sich bis dahin nicht abgemeldet haben, werden entsprechend ihrer Leistungen beurteilt.

Literatur

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2016): Marketing Management, 3rd European ed., New Jersey: Pearson Education International.

Wagner, U./ Reisinger H./Akbari K. (Hrsg.) (2018): Fallstudien aus der österreichischen Marketingpraxis 8, Facultas, Wien.

Die Lehrveranstaltung wird durch die E-Learning Plattform Moodle (<https://moodle.univie.ac.at>) unterstützt. Studierende mit einem gültigen u:net Account werden nach der Vorbesprechung von der LV-Leitung freigeschaltet. Informationen bezüglich des Kurses werden so den Kollegen zugänglich gemacht.

Detaillierter Terminplan:

LV	Inhalt	Fallstudie	Termin
1	Organisatorisches, Grundlagen der Fallstudienbearbeitung, Einteilung der Arbeitsgruppen auf Moodle		14. Oktober 2020
	Abgabe Ausarbeitung der Fallstudie (Moodle)		27. Oktober 2020 (23:59 Uhr)
	Feedback bezüglich Ausarbeitung		per Moodle
	Abgabe der Präsentation (Moodle)		Dienstag 09:00 (Moodle) vor dem jeweiligen Termin
2	Marketingumfeld	Hut und Stiel	Online ab: 28. Oktober 2020
3	Strategisches Marketing	Bründl Sports	Online ab: 04. November 2020
4	Konsumentenverhalten	Unverschwendet	Online ab: 11. November 2020
5	Marktforschung	Wunschatelier	Online ab: 18. November 2020
6	Marktsegmentierung/-positionierung	NÖM	Online ab: 25. November 2020
7	Produktpolitik	Vöslauer	Online ab: 02. Dezember 2020
8	Distributionspolitik	Trader Joe's	Online ab: 09. Dezember 2020
9	Kommunikationspolitik	BMW	Online ab: 16. Dezember 2020
10	Preispolitik	Schloss Schönbrunn	Online ab: 13. Jänner 2020
11	Dienstleistungsmarketing	Arnulf Rainer	Online ab: 20. Jänner 2020
12	Endtest		27. Jänner 2020 8:00 Uhr-09:00 Uhr (Moodle)