



040222 EC EP: Innovation und Marketing

Wintersemester 2020/21, Unterrichtssprache: Deutsch

LV Leitung
Dr. Sandra Pauser M.A., Lehrstuhl für Marketing, Zimmer 5.625 Sprechstunde: nach Vereinbarung (sandra.pauser@univie.ac.at)
Zielgruppe
Studierende des Erweiterungscurriculums Entrepreneurship
LV Ziele und Lehrinhalte
<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>
Anmeldung
<p>Anmeldung über https://uspace.univie.ac.at/</p> <p>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 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“.</p> <p>Teilnahmevoraussetzung: keine</p> <p><u>Die Lehrveranstaltung wird online über Moodle abgehalten!</u></p> <p><u>Zu den jeweiligen Themengebieten werden Streaming-Videos auf Moodle hochgeladen.</u></p> <p>Die Benachrichtigung einer neuen Aufnahme erfolgt per E-mail.</p>
Leistungsnachweis
Die Lehrveranstaltung ist nicht prüfungsimmanent. Die Prüfungsleistung wird wie folgt benotet: 1 Endtest (online). Ab 50 % der erreichbaren Punkte ist die Klausur/Lehrveranstaltung positiv.

Literatur

Kotler/Keller/Opresnik: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien, 15., aktualisierte Auflage 2017. ISBN-13: 978-3868942798, ISBN-10: 3868942793; <https://amzn.to/2tZT63R>

Stummer/Günther/Köck: Grundzüge des Innovations- und Technologiemanagements, 3. Aufl., 2010; <https://amzn.to/2KL1E4I>

Prüfungstermine

Endtest (Prüfungsdauer 60 Minuten): 1. Februar 2021, 10:00 Uhr (online)

Bitte beachten Sie: Die Prüfung der Lehrveranstaltung EC Marketing & Innovation wird online über Moodle abgehalten. Studierende erhalten das Prüfungsdokument als Formular auf der Lernplattform Moodle, wo offene Fragen zum gesamten Stoffgebiet gestellt werden. Die Prüfungsdauer beträgt 60 Minuten und es können maximal 100 Punkte erreicht werden. Innerhalb der Prüfungsdauer ist das Dokument auf Moodle zur Bewertung hochzuladen.