



Lehrveranstaltungsbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Marketing & Management
Eingabeverantwortliche(r)	Dipl.Ing. Heidi Zehetner, MBA
Lehrveranstaltungsart	Integrierte LV (ILV)
Prüfungscharakter	Abschließend
Semester	1
ECTS	3
Studiengang	Consumer Research & Data Driven Marketing
Abteilung	Institut für Marketing
Zentrale Inhalte der LV	<ul style="list-style-type: none">• Marketing als Managementfunktion• Marketing und seine Rolle in Unternehmensprozessen• Verstehen des Einflusses von Marketing auf den Unternehmenserfolg• Bedeutung von Daten für (Strategie-) Entscheidungen in Unternehmen• Aspekte und Modelle des strategischen Marketing-Managements• Schritte im Marketingplanungs-Prozess und deren Einflussfaktoren• Beschreibung von Interdependenzen im Marketing-Mix• Analyse von Chancen und Risiken, ausgewählte Instrumente zur Steuerung der Marketingeffizienz.• Case Studies und Best Practices.
Pflichtliteratur	Keine
Ergänzende Literatur	<p>- Kotler, Philip/Armstrong, Gary/Harris, Lloyd C./Piercy, Nigel (aktuelle Auflage): Grundlagen des Marketing, Pearson Studium</p> <p>- Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred/Eisenbeiß, Maik (akt. Auflage): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Verlag Springer-Gabler</p> <p>- Bruhn, Manfred: Marketing, Grundlagen für Studium und Praxis (akt. Auflage), Verlag Springer-Gabler</p> <p>- Stöger, Roman (2017): Strategieentwicklung für die Praxis: Navigieren, verändern und umsetzen, Schäffer-Pöschel</p> <p>- Pastuszka, Stefan (2019): Strategy Explorer – das Strategiewerkzeug für Teams: Für jedes Business die passende Strategie entwerfen, Dein Business</p> <p>- Eschenbach, Eschenbach, Kunesch (2008): Strategische Konzepte: Ideen und Instrumente von Igor Ansoff bis Hans Ulrich, Schäffer-Pöschel</p> <p>- Malik, Fredmud (2013): Strategie: Navigieren in der Komplexität der Neuen Welt, Campus Verlag</p> <p>Weitere Literatur wird in der LV vorgestellt</p>

Beurteilung	<p>Abschließende Prüfung am Ende der Lehrveranstaltung – Gewichtung 100%; Aus Gründen von Gruppenarbeiten und Übungen Anwesenheitspflicht: 75%</p> <p>Die Beurteilung erfolgt nach dem österreichischen Notensystem 1 bis 5.</p> <p>Notenschlüssel</p> <ul style="list-style-type: none"> • unter 60 %: Nicht Genügend • 60-69 %: Genügend • 70-79 %: Befriedigend • 80-89 %: Gut • ab 90 %: Sehr Gut
Wiederholungsmöglichkeiten	Allfällige Wiederholungen erfolgen nach Maßgabe der Bestimmungen des § 18 FHG
Finale(r) Freigabeverantwortliche(r)	Dr. Natalie Dimitriadis-Schnür

Stand SS23