

## Einführung in die marktorientierte Betriebswirtschaft

### Kontakt

---

#### Lehrende/r

[teachingteam\\_ebw1@fernfh.ac.at](mailto:teachingteam_ebw1@fernfh.ac.at)



E-Mail:

Prof.<sup>in</sup> (FH) Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Christa Walenta

[christa.walenta@fernfh.ac.at](mailto:christa.walenta@fernfh.ac.at)

Tel. (optional):

Prof.<sup>in</sup> (FH) Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Ingrid Wahl

[ingrid.wahl@fernfh.ac.at](mailto:ingrid.wahl@fernfh.ac.at)



Ing. Günther Wenzel, BA MA

[guenther.wenzel@fernfh.ac.at](mailto:guenther.wenzel@fernfh.ac.at)



Julia Nowotny, BA

[julia.nowotny@fernfh.ac.at](mailto:julia.nowotny@fernfh.ac.at)



#### Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie, B.A.

STG-Leitung

E-Mail:

Tel.:

Prof.<sup>in</sup> (FH) Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Christa Walenta

[christa.walenta@fernfh.ac.at](mailto:christa.walenta@fernfh.ac.at)

+43.2622.32600-130

STG-Assistenz

E-Mail:

Tel.:

Julia Nowotny, BA

[julia.nowotny@fernfh.ac.at](mailto:julia.nowotny@fernfh.ac.at)

+43.2622.32600-131

### Kurs Details

---

Titel: Einführung in die marktorientierte Betriebswirtschaft  
LVNr. EBW1  
LV Modus: Blended Learning-Kurs (ILV)  
Credits: 3 ECTS  
Typ: Pflichtfach  
Lage im Curriculum: 1. Studienjahr  
Semester: 1 (Wintersemester)  
Sprache: Deutsch  
Website: <https://onlinecampus.fernfh.ac.at/course/view.php?id=2055>

Studienplan: WPBA 2012  
Modul: Einführungsmodul

## Syllabus

---

Kompetenzerwerb und  
 Lehrinhalte:

### Lehrinhalte Einführung in die marktorientierte Betriebswirtschaft:

- Betriebswirtschaftliche Grundlagen: Womit beschäftigt sich die Betriebswirtschaftslehre? Kriterien für erfolgreiches Wirtschaften und Zielkonflikte; die betriebswirtschaftlichen Leistungsbereiche
- Marktorientiertes Planen als Managementaufgabe
- Unternehmensziele und Marketing, Marktforschung als Grundlage der Unternehmensplanung, von der strategischen zur operativen Planung
- Positionierung am Markt, die Produkt- und Sortimentspolitik sowie Preispolitik

### Kompetenzerwerb Einführung in die marktorientierte Betriebswirtschaft:

Nach Absolvierung der Lehrveranstaltung können die Studierenden:

- Kriterien für erfolgreiches Wirtschaften und Zielkonflikte und die betriebswirtschaftlichen Leistungsbereiche und Stakeholder benennen und anhand von Beispielen erklären
- Instrumente (z.B. Umfeldanalyse, SWOT, Stärken-Schwächenprofil, Produkt-Markt Expansionsraster) zur langfristigen Unternehmensplanung einsetzen
- eine Unternehmensvision entwickeln und konkrete strategische (ökonomische, soziale und ökologische) Ziele und operative Ziele ableiten
- Absatzpolitische Instrumente erläutern und den Marketing-Mix erklären und für ein konkretes Fallbeispiel:
  - einen konkreten unternehmensrelevanten Markt anhand diverser Kriterien (z.B. psychologisch, demographisch) segmentieren, den Zielmarkt und die Positionierung am Markt festlegen,
  - eine Produktstrategie entwickeln und mit produktpolitischen Entscheidungen verbinden,
  - strategische Entscheidungen zur Preispolitik auf der Basis von Kosten, Nachfrage, Konkurrenz, Marktform und Markverhalten vorbereiten
- Grundsteine für ein marktorientiertes Unternehmenskonzept ausarbeiten.

## Fernstudienplan

---

KW/Datum	Thema	Lektion im Studienheft	Einsendeaufgaben	Termine ESA
<b>15.09.2017</b> 10:30 – 12:00	Präsenzphase 1: Einführungsvortrag			
<b>16.09.2017</b> 11:00 – 13:30	Einführungsworkshop			

38	Grundlagen   Von der Vision zum Leitbild	1   2.1.2	ESA Mission und Vision	25.09.2017
39	Marktorientiert Planen	2	ESA Porter's Five Forces, ESA Ziel	02.10.2017
40	Marktorientiert Planen	2	Peerfeedback zu Mission und Vision sowie Umfeldanalyse (Porter's Five Forces) und Zieldefinition	09.10.2017
			ESA grundlegende Strategieausrichtung	16.10.2017
41	Marketingmix und Marktsegmentierung	3.1   3.2	ESA Marktsegmentierung, ESA Persona-Profil	23.10.2017
42	Produktpolitik	3.3	ESA Produktpolitik	30.10.2017
43	Preispolitik	3.4	ESA Preispolitik	
44	Vorbereitungswoche für die Abschlusspräsentationen			
<b>10 oder 11.11.2017</b>	Präsenzphase 2: Ergebnispräsentation aus den Gruppen			

Änderungen vorbehalten

#### Hinweis:

Eventuell mögliche Abweichungen im Zeitplan werden im Online Campus kommuniziert.

## Unterlagen und Ressourcen

Verpflichtende Literatur:	Studienheft   Einführung in die marktorientierte Betriebswirtschaft
Ergänzende Literatur:	<p>Wöhe, Günther, Döring, Ulrich &amp; Brösel, Gerrit (2016). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26. Auflage). München: Vahlen.</p> <p>Egger, Anton, Egger, Walter &amp; Schauer, Reinbert (2016). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (27. Auflage). Wien: Linde.</p> <p>Vahs, Dietmar &amp; Schäfer Kunz, Jan (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre (7. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Kotler; Philip, Armstrong, Gary, Harris, Lloyd C. &amp; Piency, Nigel (2016). Grundlagen des Marketing (6. Auflage). Hallbergmoos: Pearson Studium.</p>
Sonstige Unterlagen:	Informationsmaterial im Online Campus

## Leistungsnachweise und Prüfungsmodalitäten

Dieser Kurs ist eine Pflichtlehrveranstaltung für Studierende des 1. Studienjahres im Bachelorstudium Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie. Bei der Einführungs- und Abschlussveranstaltung besteht Anwesenheitspflicht. Hinderungsgründe sind innerhalb von 3 Tagen in der Administration glaubhaft zu machen, gegebenenfalls unter Vorweis ärztlicher Bestätigungen u.ä.

Es werden eine Reihe von Aufgaben, Übungen und Online-Selbstkontrolltests angeboten, die verpflichtend zu erledigen sind. Alle Aufgaben sind innerhalb der vorgegebenen Zeiten zu bearbeiten und online in der geforderten Form abzugeben. Verspätete Abgaben führen zu einem Punkteabzug. Aktive Mitarbeit (z.B. Aktivitäten und Beiträge im Diskussionsforum) über die geforderten Aufgaben hinaus, wirken sich positiv auf die Beurteilung aus, sollte die Beurteilung knapp negativ ausfallen.

## Leistungsnachweis und Beurteilungsschema

Übersicht Bewertungen		
Aufgaben	Einzel- oder Gruppenaufgabe	erreichbare Punkte
ESA Mission und Vision	Gruppenaufgabe	0-2
ESA Umfeldanalyse (Porter's Five Forces)	Gruppenaufgabe	0-2
ESA Zieldefinition	Gruppenaufgabe	0-2
Peerfeedback zu Vision und Mission sowie Umfeldanalyse (Porter's Five Forces) und Zieldefinition-Analyse: 2 ESAs anderer Gruppen befeedbacken	Einzelaufgabe	0-2
ESA Grundlegende Strategieausrichtung	Gruppenaufgabe	0-2
ESA Marktsegmentierung	Gruppenaufgabe	0-2
ESA Persona-Profil	Gruppenaufgabe	0-2
ESA Produktpolitik	Gruppenaufgabe	0-2
ESA Preispolitik	Gruppenaufgabe	0-2
Selbstkontrolltest Ziele	Einzelaufgabe	0-1 (erster Versuch zählt)
Selbstkontrolltest Strategien und Instrumente	Einzelaufgabe	0-1 (erster Versuch zählt)
Selbstkontrolltest Marketingmix & Segmentierung	Einzelaufgabe	0-1 (erster Versuch zählt)
Selbstkontrolltest Produktpolitik	Einzelaufgabe	0-1 (erster Versuch zählt)
Selbstkontrolltest Preispolitik	Einzelaufgabe	0-1 (erster Versuch zählt)
Abschlusspräsentation	Gruppenaufgabe	0-5

Anmerkung: 0 Punkte = Aufgabe nicht bzw. unzufriedenstellend bearbeitet; 1 Punkt = Aufgabe in Ordnung bzw. korrekt bearbeitet; 2 Punkte = Aufgabe überdurchschnittlich gut bearbeitet;

Notenschlüssel:

0-14	Nicht genügend (5)
15-18	Genügend (4)
19-21	Befriedigend (3)
22-25	Gut (2)
26-28	Sehr gut (1)

### Beurteilungskriterien:

Die **Gesamtbeurteilung** setzt sich aus der Beurteilung der **Einsendeaufgaben** (57 %), dem **Peerfeedback** (7 %), den **Selbstkontrolltests** (18 %) und der abschließenden **Präsentation** (18 %) zusammen. Die Mindestpunktzahl für eine positive Beurteilung der Lehrveranstaltung beträgt **15 Punkte**.

### Wiederholungsprüfung:

Bei einer negativen Gesamtbeurteilung: 1. Wiederholungsprüfung (Termine werden im Online Campus veröffentlicht).

Bei einer neuerlichen negativen Beurteilung der ersten Wiederholung ist bis spätestens zum Haupttermin des nächsten Jahrgangs eine kommissionelle Prüfung abzulegen. Inhaltlich kann die kommissionelle Prüfung sowohl die Aufgaben aus der Lehrveranstaltung als auch Fragen zu den Inhalten des Studienhefts umfassen. Die Bekanntgabe eines allfälligen solchen 2. Wiederholungstermins erfolgt ebenfalls über den Online Campus). Für die Wiederholungsprüfungen gilt dasselbe Beurteilungsschema wie für den Haupttermin; die Leistungen und Beurteilungen der ESAs und Übungen bleiben innerhalb des laufenden Studienjahres erhalten.

### Anrechnungen

Die Anerkennung der ECTS-Credits und zugehörigen Lernergebnisse ist möglich, wenn die Kompetenzen in einem äquivalenten Inhalt und Umfang erworben wurden und die Lernergebnisse im Rahmen eines vorangegangenen Hochschulstudiums oder einem anderen niveaugleichen Lernkontext erzielt wurden.

**Modalitäten:** Anrechnungen sind ausschließlich auf Grund eines Antrags der Studierenden und anschließenden Validierung der anderweitig erworbenen Lernergebnisse durch die Studiengangsleitung möglich. Im Antrag ist anzuführen, wo, wann und in welchem Inhalt und Umfang die Kenntnisse anderweitig erworben wurden. Das Antragsformular und Erläuterungen dazu sind im Online Campus (im Info-Bereich Ihres Jahrganges) downloadbar.

***Bitte machen Sie am Ende des Semesters auch von der Möglichkeit der Evaluierung dieser Lehrveranstaltung Gebrauch.***