



Master in Marketing – Marketingseminar im WS 2017/18

Bewerbungszeit: 24.07. – 28.07.2016

Im „Marketingseminar“ werden aktuelle Themen zu den neuen Entwicklungen in der Marktforschung behandelt.

Das Seminar beginnt mit einem Kick-off-Termin am 24. Oktober 2017 von 11:30 – 13:00 Uhr in LG 5.430, an dem der Seminarablauf und die Seminarthemen vorgestellt werden. An diesem Termin wird auch die Themenvergabe vorgenommen.

Themenübersicht	Betreuer/in
1) Der Einfluss der Darstellungsweise auf die Wirkung von Voreinstellungen	Fr. Grösch
2) Der Einfluss von Framing auf die Akzeptanz von Voreinstellungen bei Entscheidungen für sich selbst versus für Dritte	Fr. Grösch
3) Die Wahl von Zusatzleistungen bei Kaufentscheidungen für sich selbst und für Dritte	Fr. Grösch
4) Der Einsatz von Voreinstellungen zur Vermeidung der Sunk Cost Fallacy	Fr. Grösch
5) Der Einfluss von Incentives auf die Weiterempfehlungsbereitschaft von Versicherungsprodukten	Hr. Musiol
6) Die Rolle der sozialen Homophilie in Bezug auf das Weiterempfehlungsverhalten von Dienstleistungsprodukten	Hr. Musiol
7) Framing-Effekte bei nutzungsabhängigen Kfz-Versicherungstarifen	Hr. Musiol
8) Tarifwahlentscheidungen bei hedonischen und utilitaristischen Konsumprozessen	Hr. Musiol

Im Rahmen des Marketingseminars wird bei allen angebotenen Seminararbeiten neben der intensiven Literaturrecherche eine empirische Studie erwartet. Die Bearbeitung der Empirie erfolgt in der Regel zu zweit.

Die genauen Themenbeschreibungen können montags bis freitags im Sekretariat zwischen 8:00 und 12:00 Uhr eingesehen werden.

Um an der Veranstaltung „Marketingseminar“ teilzunehmen, geben Sie bitte Ihr ausgefülltes Anmeldeformular im Zeitraum vom **24.07. – 28.07.2017** im Sekretariat **des Lehrstuhls Ihrer ersten Präferenz** ab. Das Anmeldeformular finden Sie auf der Startseite unserer Homepage. Bitte beachten Sie, dass die Teilnehmerzahl begrenzt ist.

Für Fragen steht Ihnen das Lehrstuhl-Team gerne zur Verfügung.