



## **Master in Marketing – Marketingseminar im SS 2017**

**Bewerbungszeit: 06.02. – 10.02.2017**

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

Das Seminar beginnt mit einem Kick-off-Termin am 25. April 2017 von 13:15 – 14:45 Uhr in LG 0.143, an dem der Seminarablauf und die Seminarthemen vorgestellt werden. An diesem Termin wird auch die Themenvergabe vorgenommen.

<b>Nr.</b>	<b>Themenübersicht</b>	<b>Betreuer/in</b>
1.	Der Einfluss der Zielgruppenorientierung auf die Ausgestaltung von Gesundheitskampagnen	Fr. Heideker
2.	Die Wirkung von Fachwissen auf die Wahrnehmung von Gesundheitsrisiken	Fr. Heideker
3.	Der Einfluss von grafischen Darstellungsoptionen auf die Risikowahrnehmung	Fr. Heideker
4.	Geschlechtsunterschiede im Gesundheitsvorsorgeverhalten	Fr. Heideker
5.	Der Einfluss des Preisniveaus von Produkten auf den Compromise-Effekt	Hr. Kirsch
6.	Attribute Alignability und deren Auswirkung auf die Angebotsbewertung	Hr. Kirsch
7.	Die Wirkung von Online-Produktbewertungen bei Dienstleistungsangeboten	Hr. Kirsch

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

Um an der Veranstaltung „Marketingseminar“ teilzunehmen, geben Sie bitte Ihr ausgefülltes Anmeldeformular im Zeitraum vom **06.02. – 10.02.2017** 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 stehen Ihnen Frau Heideker oder Herr Kirsch gerne zur Verfügung.