

Hauptseminar Sommer 2020

Themen für Diplomstudiengang BWL und MA Werbung

1. Cue accessibility: Darstellung des theoretischen Konzepts und Implikationen für das Marketing.
2. Balance-Theorie: Darstellung des theoretischen Konzepts und Implikationen für das Marketing.
3. Das Konzept der „fluency“ in der Informationsverarbeitung: Darstellung des theoretischen Konzepts und Implikationen für das Marketing.
4. Das Konzept des „flow“ als mentaler Zustand einer Person Darstellung des theoretischen Konzepts und Implikationen für das Marketing.
5. Das Konzept des „predictive coding“ in der Informationsverarbeitung: Darstellung des theoretischen Konzepts und Implikationen für das Marketing.
6. Priming-Effekte in der Werbung.

Themen für Diplomstudiengang BWL und MA Marketing-Management

7. Anchoring- und Adjustment-Effekte: Darstellung des theoretischen Konzepts und Implikationen für das Marketing.
8. Die Match-up-Hypothese und ihre Bedeutung für das Branding.
9. „Sound Symbolism“: Inhalt und Bedeutung für das Sound-Branding.
10. „Shape Symbolism“: Inhalt und Bedeutung für Design und Verpackungsgestaltung.

Anforderungen:

1. Schriftliche Seminararbeit (12-15 Seiten), die mit mind. der Note 4,0 bestanden sein muss; es gelten die Zitierrichtlinien des Lehrstuhls.
2. Präsentation der Seminararbeit (10 Minuten)
- [3. Abschlussklausur (60 Minuten), nur Diplom BWL PO 2005]

Themenausgang: ab dem 28.09.2020, 8 Uhr

Themenvergabe: 12.10.2020, 9 Uhr bis 23.10.2020, 12 Uhr

Die Anmeldung erfolgt über einen Link auf der Homepage (der ab 9 Uhr freigeschaltet wird).

Achtung: max. 20 Teilnehmer!!!

Besprechung zu den Formalien einer Seminararbeit: 03.11.2020, 11 Uhr Big Blue Button

Abgabetermin: 16.12.2020 bis 11:00 Uhr im Sekretariat , Raum 308, 2 Kopien

Vorträge: voraussichtlich 27./28.01.2021

[Klausur: im Anschluss an die Vorträge, nur für Diplom BWL PO 2005]

Das **PS „Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten“** (19. und 20.10.2020) wird dringend empfohlen.
Anmeldung per Mail bei Frau Schüller.