

Hauptseminar Sommersemester 2024

Themen für MA Werbung und Diplomstudiengang BWL

1. Ansätze der Kontrolle der Aufmerksamkeitswirkung von Printwerbung.
2. Ansätze der Werbewirkungskontrolle für Bannerwerbung.
3. Gestaltungsempfehlungen für Interstitial Ads im Internet.
4. Soziale Netzwerke als Werbepattform: Chancen und Risiken.
5. Soziale Netzwerke als Vertriebsweg: Chancen und Risiken.

Themen für den MA Marketing-Management und Diplomstudiengang BWL

6. Ansätze der Innovationsbewertung im Entwicklungsprozess.
7. Ansätze zur Verkürzung des Time-to Market in der Innovationspolitik.
8. Chancen und Risiken der Product-Line-Extension.
9. Modelltheoretische Konzepte des Imagetransfers in der Brand Extension.
10. Produktlinien-Pricing.

Teilnehmerkreis:

- Diplomstudiengang BWL
- Master Werbung und Master Marketing-Management

Anforderungen:

1. Schriftliche Seminararbeit (12-15 Seiten) - es gelten die Zitierrichtlinien des Lehrstuhls
2. Präsentation der Seminararbeit (10 Minuten)
3. Beteiligung an der anschließenden Diskussion
- [4. Abschlussklausur (60 Minuten), nur Diplom BWL PO 2005].

ALLE Teilbereiche müssen bestanden sein um das Seminar zu bestehen!

Themenaushang: ab dem 05.02.2024, auf Homepage/ Moodle

Themenvergabe: ab 26.02.2024, 9 Uhr bis 01.03.2024, 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: 08.04.2024, im Anschluss an das PS „wissenschaftliches Arbeiten“ im PC-Pool Loe

Abgabetermin: 30.05.2024 bis 11:00 Uhr im Sekretariat, Raum 308, 1 Ausdruck + PDF

Vorträge: voraussichtlich Anfang Juli (28. KW)

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

Das **PS „Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten“** (08. und 09.04.2024) wird dringend empfohlen. Anmeldung per Mail bei Frau Dr. Schüller.