

Blockseminar:
Aktuelle Tendenzen des Marketing- und
Gesundheitsmanagements Seminararbeitsthemen:

1. „Es tut uns leid“ - Ansatzpunkte von „Crocodile-Tear“ Apologies für das Demarketing
2. Die Grenzen des guten Geschmacks – Einsatzmöglichkeiten von Shockvertising in der Kommunikationspolitik
3. Content Marketing: Chancen und Risiken im B2B Marketing
4. Implikationen des „Brands as Intentional Agents-Modell“ für die Kommunikationspolitik von Unternehmen
5. Krise?! – Kommunikationspolitische Ansätze zur Abschwächung der Auswirkungen von Unternehmenskrisen
6. Chancen und Risiken von Crowdsourcing in der Neuproduktentwicklung
7. „Wir haben damals in einer Garage angefangen“ – Der Einfluss des „Underdog“ Effekts auf die Kundenwahrnehmung
8. Die Kunst Qualität zu messen und zu vergleichen - Einsatzmöglichkeiten des EFQM-Modells in den Einrichtungen des Gesundheitswesens.
9. Lean-Management im Krankenhaus – Auswirkungen auf die Zusammenarbeit der Mitarbeiter
10. „ Wer aufhört besser zu werden, hört bald auf gut zu sein“ Kontinuierliche Verbesserung im Krankenhaus durch Organisationales Lernen – Der Einfluss der Organisationskultur.
11. „Gemeinsam sind wir spitze“ Erfolgsfaktor Teamwork – begünstigende Faktoren und Stolpersteine für Gesundheitsdienstleister
12. Der Einfluss von Markenprodukten auf die Lebenszufriedenheit