



Seminarthemen für das Blockseminar im SS 2019

Marketing Management

1. Sexy, zur Veröffentlichung akzeptiert – Trends in der Marketing-Literatur
2. Eine Analyse der Attributionstheorie im Rahmen des Konsumentenverhaltens
3. Self-Congruence vs. Functional Congruence – Ein State of the Art
4. Ansätze zur Digitalisierung des Service Encounters und deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten
5. Welche Rolle spielt die Authentizität in einer digitalisierten Welt des Service Encounters
6. Die Persönlichkeit des Menschen – Warum wir konsumieren, was wir konsumieren

Gesundheitsmanagement

7. Ansätze zur Prüfung der Wirtschaftlichkeit von Klinikzentren
8. Eine theoretische Analyse von Brand Personality Konstrukten für Krankenhäuser
9. Das abnehmende Bewusstsein für eine flächendeckende Immunisierung – Einflussfaktoren auf die individuelle Impfbereitschaft
10. Der Spagat zwischen humanitärem Auftrag und sich im Wettbewerb durchzusetzen