



Seminarthemen für das Blockseminar im SS 2020

Marketing Management

1. Was ist Vertrauen? Eine theoretische Analyse der Dimensionen von Vertrauen
2. Die Akzeptanz von Chatbots: Wie Selbstkongruenz helfen kann die Authentizität von Chatbots zu steigern
3. Pop-up Stores als Instrument zur Befriedigung von Kundenbedürfnissen – eine theoretische Analyse
4. Small vs. big Organizations – warum kleine Organisationen mehr Vertrauen und große Organisationen mehr Kompetenz ausstrahlen
5. Von Offline zu Online und wieder zurück – die Shopping Experience als Herausforderung für den Onlinehandel und als Chance für den stationären Handel
6. Freizeitparks vs. Städtetrips – Eine Analyse des Zusammenhangs zwischen Zahlungsbereitschaft und Häufigkeit der Besuche

Gesundheitsmanagement

7. The Magnet Recognition Program – eine kritische Analyse der Magnet-Zertifizierung zur Verbesserung der Pflegesituation in deutschen Krankenhäusern
8. Eine Analyse der ökonomischen Wirksamkeit von *Digital Health* Interventionen im Gesundheitswesen
9. Eine Untersuchung der Determinanten der Verwendung von *mHealth* Interventionen im Gesundheitswesen
10. Authentizität im Krankenhaus – wie Menschen, Einrichtung und Images die Wahrnehmung beeinflussen
11. Genesen im ****Hotel – Chancen und Risiken des *Patient Hotel Model* für Krankenhäuser
12. Eine Analyse der Interaktion von *Health Literacy* und funktioneller Kongruenz bei der Krankenhauswahl