

Prof. Dr. Matthias Neu: „Aktuelle Themenstellungen aus dem Bereich des Marketings“

(WS 2024/2025)

Ich darf Ihnen das BSc-Seminarmodul „Aktuelle Themenstellungen aus dem Bereich des Marketings“ vorstellen. Zu Beginn des Semesters werde ich Ihnen am 15.10.2024 aktuelle Themen vorstellen und noch einmal erläutern. Darüber hinaus gebe ich Ihnen Literaturhinweise und zeige mein Bewertungsschema auf. Anschließend wählen Sie alleine oder zu zweit bitte ein Thema, das Sie im Rahmen einer Seminararbeit zzgl. einer Präsentation bearbeiten. Sie erhalten dann auch eine Anleitung zur Erstellung der Seminararbeit und können bei allen Fragen jederzeit auf mich zukommen.

Inhalt: Inhalt des Seminarmoduls ist die selbständige vertiefte wissenschaftliche Auseinandersetzung mit aktuellen Themen aus dem Gebiet des Marketings.

Ziele: Die Seminararbeit soll den Studierenden auf die Erstellung einer BSc-Arbeit vorbereiten. Jeder Studierende ist für seine Seminararbeit selbst verantwortlich. Aufbau sowie Inhalte der Arbeit sollte in enger Zusammenarbeit mit dem Betreuer abgestimmt werden. Bitte kommen Sie deshalb bei Fragen immer auf mich zu.

Kenntnisse: Die Studierenden kennen die für die wissenschaftliche Arbeit notwendigen Literaturrecherche- und -verwaltungsmethoden sowie die formalen Anforderungen an die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.

Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Erkenntnisse durch die Behandlung aktueller Problemstellungen zu erarbeiten. Die Studierenden können ihre Erkenntnisse zielgruppengerecht präsentieren.

Kompetenzen: Die Studierenden entwickeln eigenständig Lösungswege und -strategien zur Lösung der vorgegebenen Problemstellung und sind in der Lage, die Texte anderer im Hinblick auf die Einhaltung der Standards einer wissenschaftsorientierten Textproduktion zu bewerten. Jede Seminararbeit muss den Anforderungen einer wissenschaftlichen Arbeit genügen. Achten Sie bitte auf einen systematischen Aufbau, eine **wissenschaftliche Ausdrucks-** und eine **fehlerfreie Zitierweise. Hier die vorläufigen Themen:**

1. Chancen und Risiken von Guerilla Marketing
2. Social Commerce – Zwischen TikTok und Transaktion
3. Predictive Analytics in Kombination mit Social Listening – Heute schon wissen, was die Menschen morgen konsumieren!
4. Marketing-Automation und ihre Einsatzgebiete
5. Metaversum – welche Chancen bieten sich hier für das Marketing?
6. Realtime Customer Centricity – der Kunde im Fokus
7. Employer Branding: Neue Wege in der Ansprache potenzieller Arbeitnehmer
8. Customer Experience Management - Zukunft des Erlebnismarketings
9. Content Marketing im Aufwind der digitalen Plattformen
10. Der Lockvogel-Effekt als Beispiel für die Effektivität von Marketing-Psychologie
11. Innovationsmarketing – Wie man gängige Fehler vermeidet
12. Affiliate-Marketing: Wie findet man die richtige Partnerschaft
13. Relevanz von Haptik und Verpackung für den Konsumenten in Zeiten des Onlinehandels
14. Warum Kundenrückgewinnung noch immer ein wichtiger Aspekt von Marketingstrategien sein sollte
15. Die Rolle von Künstlicher Intelligenz im Digital Marketing: Anwendungen und Zukunftsperspektiven
16. Effektive Nutzung von Datenanalyse und Big Data im digitalen Marketing