

MARKETINGSEMINAR (FORSCHUNGSEMINAR)

WiSe 2025/2026

Universität Erlangen-Nürnberg
Lehrstuhl für Marketing
Prof. Dr. Andreas Fürst

www.marketing.rw.fau.de

- Zielgruppe: **Engagierte Studierende** des Fachs Marketing, mit Interesse am wissenschaftlichen Arbeiten
- Ziel des Seminars ist die **eigenständige Durchführung** eines Forschungsprojektes zu einem ausgewählten Thema
- Vorteile:
 - Bietet eine Einführung in das **fortgeschrittene wissenschaftliche Arbeiten**
 - Fundierte **Vorbereitung** auf die Erstellung einer Masterarbeit am Lehrstuhl
 - Möglichkeit, das **Thema** bei guter oder sehr guter Leistung im Rahmen der **Masterarbeit** weiter zu bearbeiten
 - Individuelle **Betreuungsleistung** seitens des Lehrstuhls
- Leistungsnachweis: Seminararbeit im Umfang von **20-25 Seiten**
- Weiterer Ablauf: Detailliertere Informationen werden in einer **Kick-off Veranstaltung** Mitte Oktober bekannt gegeben (genauer Termin wird rechtzeitig auf der Homepage des Lehrstuhls veröffentlicht)

Konsumentenverhalten:

- 1) Geliebtes Smartphone, Wohlfühlhose, Lieblingspflanze und Co. – Ein Forschungsüberblick zu parasozialen Beziehungen zwischen Konsumenten, Marken und Produkten
- 2) Ambient Senses - Ein Forschungsüberblick zur Wirkung atmosphärischer Sinnesreize im stationären Einzelhandel
- 3) Preisknaller oder Imagekiller? Wie Rabatte Markenimage und Qualitätswahrnehmung beeinflussen
- 4) Bio im Kopf, Preis im Blick - Preiswahrnehmung und Qualitätsurteile beim Konsum von Bio-Lebensmitteln

Strategische Perspektive:

- 5) Super-Werbung im Supermarkt – Forschungsüberblick und Best-Practice Beispiele zur visuellen und inhaltlichen Gestaltung von Werbung in der Lebensmittelbranche
- 6) „Zeig dein Unternehmen!“ – Employee-Generated Content in sozialen Netzwerken als Instrument strategischer Marketingkommunikation
- 7) „The Algorithm is Watching You“ – Chancen und Grenzen personalisierter Werbung im digitalen Raum

Preispolitik:

- 8) Preisaktionen als strategisches Instrument: Gestaltung und Wirkung von Price Promotions in der Preispolitik des Lebensmitteleinzelhandels

Kommunikationspolitik:

- 9) Sprechende Schokolinsen mit Hashtag - Aktueller Forschungsstand, Erfolgsfaktoren und Praxisbeispiele zu Werbefiguren und deren Präsenz auf Social Media
- 10) Seeing is tasting - Ein Literaturüberblick zur visuellen Kommunikation sensorischer und funktionaler Produkteigenschaften von Lebensmitteln
- 11) Feel the brand - Aktueller Forschungsstand und Best Practices multisensorischer Branding-Strategien
- 12) „Von der Schraube zur Story“ - Eine Studie zu erfolgreichem Branding im B2B-Kontext

- Für die Anmeldung füllen Sie ein Online-Anmeldeformular aus, das zusammen mit allen notwendigen Unterlagen eingereicht wird. Eine Übersicht der einzureichenden Unterlagen finden Sie hier:
<https://www.institut-marketing.rw.fau.de/studium/master-vollzeit/#marketingseminar>
- Sie können auf dem Online-Anmeldeformular Ihre Präferenz für die drei Marketing-Lehrstühle angeben (von 1-3). Pro Lehrstuhl können Sie wiederum drei Themenpräferenzen angeben. Weitere Informationen dazu, finden Sie auf dem Online-Anmeldeformular.
- Das Online-Anmeldeformular finden Sie ebenso über den oben aufgeführten Link auf der Webseite des Instituts für Marketing. Es ist allerdings **ausschließlich im Bewerbungszeitraum zwischen dem 21. bis 25. Juli 2025** freigeschaltet. Zudem kann der Link über StudOn abgerufen werden.
- Bitte **achten Sie unbedingt auf die Korrektheit Ihrer Eingaben** über das Online-Anmeldeformular.
- Die **Anzahl der Plätze ist begrenzt**. Sollte die Zahl der Interessenten die Zahl der angebotenen Plätze übersteigen, werden zur Auswahl der Teilnehmer insbesondere die Noten der Marketingveranstaltungen berücksichtigt. Hier kann Ihre zweite und dritte Lehrstuhl-Präferenz relevant sein.
- Sie erhalten zeitnah das Feedback eines Marketing-Lehrstuhls.

- Ansprechperson für den Lehrstuhl Prof. Fürst:
Melissa Rahman, M. Sc.
Melissa.m.rahman@fau.de