Friedrich-Alexander-Universität
Rechts- und Wirtschafts-
wissenschaftliche Fakultät

Lehrstuhl für Marketing

Institut für Marketing

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Marketing

Prof. Dr. Andreas Fürst
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg

Themen für das Bachelorseminar im WiSe 2025/26

Konsumentenverhalten

1) Ambient Senses - Ein Forschungsüberblick zur Wirkung atmosphärischer Sinnesreize im stationären Einzelhandel
2) Bio im Kopf, Preis im Blick: Ein Literaturüberblick zu Kaufmotiven, Preiswahrnehmung und Qualitätsurteilen beim Konsum von Bio-Lebensmitteln
3) Preisknaller oder Imagekiller? Wie Rabatte Markenimage und Qualitätswahrnehmung beeinflussen

Strategische Perspektive:

4) Super-Werbung im Supermarkt – Forschungsüberblick und Best-Practice Beispiele zur visuellen und inhaltlichen Gestaltung von Werbung in der Lebensmittelbranche
5) Logos, Slogans, Schriftarten, Farben und Co. – Ein Forschungsüberblick und Best-Practice Beispiele zur Prominenz von Marken in der Werbung
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