



## Themen zum Hauptseminar Wintersemester 2009/2010

	Bearbeiter	Betreuer
<b>Category Management</b>		
1. Der Beitrag der Austauschtheorie zur Erklärung von Hersteller-Handels-Kooperationen im CM	Frau Kaapke Herr Knickmeyer Herr Sostmann	Druwen
2. Die Veränderung von Produktplatzierungen im Handel – eine Beurteilung vor dem Hintergrund von Consumer Confusion	Herr Beschinski Herr Hartmann Herr Reichart Frau Schmidt	Druwen
<b>Käuferverhalten</b>		
3. Kognitive Prozesse bei ungeplanten Kaufentscheidungen – eine Aufarbeitung ausgewählter wissenschaftlicher Arbeiten	Herr Heimeier Frau Klagges	Kristes
4. Kundenreaktionen in OOS-Situationen – eine Analyse auf der Grundlage motivationaler Konflikte	Herr Behr Frau Jung Frau Littwin	Kristes
<b>Käuferverhalten</b>		
5. Der Beitrag der Means-End-Chain-Theory zur Motivforschung	Herr Bekirov Frau Birenheide Frau Hahn Frau Facius	Mennenöh
6. Die Verteilung von Einkäufen auf mehrere Einkaufsstätten – eine nutzentheoretische Analyse	Frau Kempa Herr Osterloh Frau Stahlberg	Mennenöh



	<b>Bearbeiter</b>	<b>Betreuer</b>
<b>Werbung</b>		
7. Die Wirkung der Werbemaßnahmen von Apotheken – eine Untersuchung mit Hilfe des Elaboration-Likelihood-Modells	Herr Duk Frau Skaljac Herr Goldmann	Leyke
8. Die Wirkung von Verkehrsmittelwerbung – eine Analyse mit dem Integrated-Information-Response-Model von Smith und Swinyard	Frau Bartalis Frau Margitan	Leyke
<b>Verlagsmarketing</b>		
9. Die Attraktivität von Prämienformen bei Leser-werben-Leser-Kampagnen für die beteiligten Parteien – eine nutzentheoretische Analyse	Herr Müller Herr Rothe	Ehrmann
10. Die Attraktivität von Leser-werben-Leser-Kampagnen für den Vermittler – eine austauschtheoretische Analyse	Herr Caliskan Frau Engler	Ehrmann
11. Die Attraktivität von Leser-werben-Leser-Kampagnen für den neuen Leser – eine austauschtheoretische Analyse	Frau Kusemann	Ehrmann