

Übersicht forschungsnaher Masterarbeitsthemen für das Sommersemester 2016

Seit dem Wintersemester 2012/2013 kann sich jeder Studierende **direkt** für die Bearbeitung eines forschungsnahen Themas am Lehrstuhl für Marketing & Business Development bewerben:

Auf der folgenden Folie finden Sie die forschungsnahen Themen für das Sommersemester 2016.

Für einen unverbindlichen, ersten Austausch findet am **Dienstag, 15.12.2016 von 18-19 Uhr ein Get-Together** am Lehrstuhl für Marketing & Business Development (Marktforschungslabor, Fruwirthstr. 32) statt.

Hier können Sie sich mit den Ansprechpartnern der Themen über die Ausgestaltung und eine gemeinsame Zusammenarbeit abstimmen.

Für weitere Fragen melden Sie sich bitte direkt bei den Ansprechpartnern zu den Themen oder bei der Koordinatorin der Lehre bei uns am Lehrstuhl, Frau Tast (hannah.tast@uni-hohenheim.de).

Die Kontaktdaten der Ansprechpartner für die Themen finden Sie auf unserer Homepage.

Übersicht forschungsnaher Masterarbeitsthemen für das Sommersemester 2016

Forschungsfeld	Nr.	Thema	Ansprechpartner
Business Development	1	Everytime we touch – literaturbasierte Analyse zu Customer Touchpoints	Andreas Arnegger, M.Sc.
	2	Digital Customer Journey – Einfluss der Digitalisierung auf Customer Touchpoints	Anne Theresa Eidhoff, M.Sc.
	3	Akzeptanz von Industrie 4.0-Anwendungen im Maschinenbau	Sarah Stief, M.Sc.
	4	Literaturanalyse zu Industrie 4.0-Anwendungen und die Verknüpfung zu Business Development	
	5	Profit Impact of Market Strategies: assessment of measurement parameters and their relevance for future marketing studies	
	6	Urban freight logistics: affected business models and their willingness to transform	
	7	What is market potential? Literature review of academic approaches on definitions, constructs and methods of measurement	
Verhandlungen	8	Der Verhandlungsmanager als Profit Center: Lohnt sich die Schaffung einer Koordinationsstelle für Verkaufsverhandlungen in B2B-Märkten?	Prof. Voeth
	9	Hemmnis für integrative Verhandlungen oder Katalysator zur Effizienzsteigerung: Auswirkungen von Vorgaben auf B2B-Verkaufsverhandlungen	Markus Meyer (externer Doktorand), Dipl. oec.
	10	Auswirkungen von Preisunter- und Rabattobergrenzen in B2B-Verkaufsverhandlungen?	Hannah Tast, Dipl.-Psych.
	11	Strategien des Vertriebs für e-Auctions des Einkaufs	Marc Schmidt, M.Sc.
	12	Preisverhandlungen nach AMNOG – eine empirische Analyse	
	13	Verhandlungsrituale zwischen Einkauf und Vertrieb	
	14	Besonderheiten von M&A-Verhandlungen	