



Formular zur Seminarthemenwahl im Master-Seminar Marketing im SS 2012

„Persuasive Kommunikation: State-of-the-Art“

Bitte bis 31.01.2012, 12.00 Uhr s.t. im Sekretariat des Lehrstuhls (RW I, Zi. 1.0.02.164) abgeben!

| Nr. | Thema | Präferenz ¹ |
|-----|---|------------------------|
| 1 | Informiert, verraten und verkauft? Die Offenlegung von kommerziellen Interessen im Empfehlungsmarketing | |
| 2 | Konsumentenmisstrauen und übertriebene Werbung | |
| 3 | „Hauptsache der Name ist richtig geschrieben“: Positive Wirkung von negativer PR | |
| 4 | Chancen und Risiken von Negativkampagnen im politischen Marketing | |
| 5 | Wie entsteht Mund-zu-Mund-Propaganda? | |
| 6 | Probleme der Messung von Sponsoringwirkungen | |
| 7 | Die Persuasionswirkung von Dramas in der TV-Werbung | |
| 8 | Rhetorische Figuren in der Werbesprache | |
| 9 | Die Wirkungsweise autobiographischer Werbung | |
| 10 | Der Einsatz von Archetypen in der Werbung | |

¹ Bitte hier „1“ für die erste, „2“ für die zweite und „3“ für die dritte Präferenz eintragen!

Name, Vorname: _____

Matrikelnummer: _____

E-Mail: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____