



Newsletter Juni 2022

Sehr geehrte Abonentinnen und Abonenten des Lehrstuhl-Newsletters!

Zu den folgenden Punkten finden Sie Informationen in unserem Newsletter Nr. 192 vom Juni 2022:

1. Hinweise zur Vergabe von Seminarplätzen
2. Aktuelle Stellenausschreibung
3. Veröffentlichungen

Sollte der Newsletter nicht korrekt dargestellt werden, so klicken Sie bitte [hier](#).

1. Hinweise zur Vergabe von Seminarplätzen

Der Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, bietet in der Regel jedes Semester Seminare für das Fach Marketing an.

Voraussetzungen für die Annahme:

Im *Bachelorstudiengang* wird entweder das Bestehen der Klausur zum Modul ‚Grundlagen des Marketing‘ oder zum Modul ‚Marktforschung und Sektorales Marketing‘ vorausgesetzt.

Im *Masterstudiengang* wird der erfolgreiche Abschluss der Modulklausur ‚Strategisches Marketing und Internationales Marketing‘ oder eines B-Moduls (‚Marktforschung und Sektorales Marketing‘ oder ‚Grundlagen des Marketing‘) vorausgesetzt.

Sollte die Zahl der Anmeldungen die Zahl der zur Verfügung stehenden Seminarplätze überschreiten, so wird als weiteres Auswahlkriterium der sonstige Studienfortschritt zugrunde gelegt (z. B. durch bestandene Klausuren in anderen Modulen).

Um die Aussichten auf einen Seminarplatz im Fach Marketing zu erhöhen, ist es somit empfehlenswert, sich erst zum Seminar anzumelden, wenn Sie bereits weit im Studium vorangeschritten sind. Bitte beachten Sie, dass Sie auch beide Seminare mit Präferenzen versehen können.

2. Aktuelle Stellenausschreibung

Zum nächstmöglichen Zeitpunkt ist am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, eine Stelle als wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in befristet zu besetzen.

Weitere Informationen zu dieser Stelle und den Bewerbungsmodalitäten entnehmen Sie bitte der Stellenausschreibung.

[Zur Stellenausschreibung](#)

3. Veröffentlichungen

Das Marketing-Lehrbuch von Professor Olbrich ist nun in 3. Auflage erschienen und in digitaler Form auf SpringerLink verfügbar. Studierende, die eine gedruckte Ausgabe des Lehrbuches bevorzugen, können diese in Kürze bei SpringerLink bestellen:



Olbrich, R. 2022: Marketing – Eine Einführung in die marktorientierte Unternehmensführung, 3. vollst. überarb. und erw. Aufl., 562 Seiten, Berlin 2022 (ISBN 9783662649442, eBook ISBN 9783662649459).

Philipp Brüggemann hat folgende Vorträge gehalten:

Brüggemann, P./Olbrich, R. 2022: The Impact of Pandemic Restrictions on Offline and Online Grocery Shopping Behavior - New Normal or Old Habits?, 2022 International Conference on Advances in Digital Marketing and eCommerce, 29.-30.06.2022, Barcelona, Spain.

Brüggemann, P./Pauwels, K. 2022: Consumers' Attitudes and Purchases in Online Versus Offline Grocery Shopping, 2022 International Conference on Advances in National Brand and Private Label Marketing, 27.-28.06.2022, Barcelona, Spain.

Zugehörige Publikationen:

Brüggemann, P./Olbrich, R. 2022: The Impact of Pandemic Restrictions on Offline and Online Grocery Shopping Behavior - New Normal or Old Habits?, in: Martinez-Lopez, F. J./Martinez, L. F. (Eds.), Proceedings of the Third International Conference on Advances in Digital Marketing and eCommerce, 29.-30.06.2022, Barcelona, Spain, pp. 224-232.

Brüggemann, P./Pauwels, K. 2022: Consumers' Attitudes and Purchases in Online Versus Offline Grocery Shopping, in: Martinez-Lopez, F. J./Gázquez-Abad, J. C./Ieva, M. (Eds.), Proceedings of the Ninth International Conference on Advances in National Brand and Private Label Marketing, 27.-28.06.2022, Barcelona, Spain, pp. 39-46.

Dr. Carsten Schultz hat folgenden Vortrag gehalten:

Schultz, C. D. 2022: Advertising Value of Gaming Influencers, 23rd International Conference on Electronic Commerce, 22.-23.06.2022, Daegu, South Korea.

Christian Koch hat folgenden Vortrag gehalten:

Koch, C./Hartmann, M. 2022: The Impact of a Company Website and Its Perceived Quality on the Buying Intention in B2B-Settings, 2022 International Conference on Advances in Digital Marketing and eCommerce, 29.-30.06.2022, Barcelona, Spain.

Zugehörige Publikation:

Koch, C./Hartmann, M. 2022: The Impact of a Company Website and Its Perceived Quality on the Buying Intention in B2B-Settings, in: Martinez-Lopez, F. J./Martinez, L. F. (Eds.), Proceedings of the Third International Conference on Advances in Digital Marketing and eCommerce, 29.-30.06.2022, Barcelona, Spain, pp. 9-18.

Dieser Newsletter wurde Ihnen zugesandt, da Sie (oder eine andere Person) Ihre E-Mail-Adresse über unsere Mailingliste ‚Newsletter-Marketing@fernuni-hagen.de‘ registriert haben. Sie können den Erhalt des Newsletters jederzeit abbestellen, indem Sie sich unter <http://mailhost.fernuni-hagen.de/mailman/listinfo/newsletter-marketing> aus der Mailingliste austragen. Sie können hier nicht nur den Bezug der Liste kündigen, sondern darüber hinaus auch Ihre eingetragene E-Mail-Adresse ändern oder das Kennwort zur Bearbeitung Ihrer Mitgliedschaft – sofern Sie dieses vergessen haben sollten – neu anfordern.

Ihre E-Mail-Adresse wird ausschließlich für den Versand des Newsletters verwendet und keinesfalls an Dritte weitergegeben.