



## Newsletter September 2015

Sehr geehrte Abonentinnen und Abonenten des Lehrstuhl-Olbrich-Newsletters!

Zu folgenden Punkten finden Sie Informationen in unserem Newsletter Nr. 124 vom September 2015:

1. Klausuren des SS 2015
2. Abschlussarbeiten des WS 2015/16
3. Publikationen

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*

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

### 1. Klausuren des SS 2015

---

Die Klausuren des vergangenen Termins werden derzeit korrigiert. Während zur Klausur zum B-Modul ‚**Grundlagen des Marketing**‘ ca. **243** Studierende erschienen, nahmen an der Klausur zum B-Modul ‚**Marktforschung und Sektorales Marketing**‘ ca. **131** Studierende teil. Im C-Modul ‚**Strategisches Marketing und Internationales Marketing**‘ lag die Teilnehmerzahl bei ca. **137** Studierenden.

#### **HINWEIS:**

Aufgrund der hohen Teilnehmerzahlen weist der Lehrstuhl (bei allem Verständnis für das individuell große Interesse) darauf hin, dass allein das Prüfungsamt die gesamten Klausurergebnisse zu einem Termin bekannt gibt.

### 2. Abschlussarbeiten des WS 2015/16

---

Die Vergabe der Themen für die Abschlussarbeiten erfolgt in Kürze. Nach Abschluss des Verfahrens werden alle Kandidaten vom Prüfungsamt benachrichtigt. Diese Benachrichtigung gibt Aufschluss über das zu bearbeitende Thema, den Betreuer/die Betreuerin und den Starttermin der Arbeit. Die Auswahlkriterien für die Vergabe von Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeitsthemen stehen für Sie auf unserer Homepage zum Download bereit:

<https://www.fernuni-hagen.de/marketing/lehre/abschlussarbeiten.shtml>.

**HINWEIS:**

Der Lehrstuhl erinnert alle Kandidaten an die Möglichkeit einer Gliederungsbesprechung für die bevorstehende Erstellung der Arbeit. Versuchen Sie, diese Besprechung bereits frühzeitig wahrzunehmen, um eventuell vorhandene inhaltliche Verständnisfragen zu beseitigen. Ihr Betreuer/Ihre Betreuerin gibt Ihnen gerne hilfreiche Hinweise und Anregungen.

### 3. Publikationen

**Hundt, M. 2015:** Das Verbot der vertikalen Preisbindung – Rechtliche Verankerung und kritische Würdigung im Kontext der wettbewerblichen Rahmenbedingungen im Konsumgütersektor, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), 44. Jg., 2015, Nr. 9, S. 488–494.

**Olbrich, R./Jansen, H. C./Teller, B. 2016:** Quantifying Anti-Consumption of Private Labels and National Brands: Impacts of Poor Testing Ratings on Consumer Purchases, in: Journal of Consumer Affairs (im Erscheinen).

Der Aufsatz wird im Jahr 2016 im Journal of Consumer Affairs veröffentlicht. Auf die Online-Version können Sie bereits jetzt zurückgreifen:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/joca.12084/abstract>

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.