



Projektbericht

“Känguru-Seminare zum Wissenstransfer im Online-Marketing”

Projektbeschreibung

Bei den Känguru-Seminaren handelt es sich um eine neue Form des Wissenstransfers zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, bei denen Teams von Studenten als Wissensvermittler in kleinere und mittlere Unternehmen eingebettet werden, um in Zusammenarbeit mit den Unternehmen ein effektives Online-Marketing-Konzept zu entwickeln. Ziel ist es, den Studierenden eine praxisnahe Anwendung ihres theoretischen Wissens zu ermöglichen und gleichzeitig kleinere und mittlere Unternehmen im Bereich des Online-Marketings zu fördern. Das Projekt dient desweiteren als eine Pilotstudie, um zu prüfen, ob diese Form des Wissenstransfers in schnell wachsenden Wissenschaftsbereichen besonders effektiv für den Wissenstransfer eingesetzt werden kann.

Projektfinanzierung und -laufzeit

Finanziert durch das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung und das Bundesministerium des Innern von 2008–2010.

Drittmittelverwaltung über den Projektträger Jülich (PtJ).

Promotionen

– Miriam Mezger: "Empfehlungen von Nutzern und Experten als Marktdesigninstrumente im Online-Marketing" (voraussichtlicher Abschluss: 2011)

Publikationen

– Mezger, Miriam; Sadrieh, Abdolkarim (2007): Proaktive und reaktive Markenpflege im Internet. *Bauer, Hans H.; Große-Leege, Dirk; Rösger, Jürgen (Hrsg.): Interactive Marketing im Web 2.0, 73–92, München: Verlag Franz Vahlen*

– Mezger, Miriam (2006): Hotelsuche im Internet, Erkenntnisse zur Positionierung in elektronischen Verzeichnissen. *Modernes Geschäftsreise-Management 2006; 2005; Otto-Rieke, G. (Hrsg.), S. 118–123*