



Center for Market Communications

Prof. Dr. Martin Eisend

Das international vernetzte Center untersucht wie Unternehmen und Konsument*innen auf Märkten kommunizieren und wie Marketingkommunikation die Kund*innen beeinflusst. Die beteiligten Wissenschaftler*innen untersuchen dabei verschiedene Themen, wie z.B. die Effekte von Kreativität und Humor in der Werbung, Kommunikation in sozialen Medien, ethisches Konsumverhalten, gesellschaftliche Vielfalt in der Werbung oder die Weitergabe persönlicher Daten und Produktinformationen in sozialen Netzwerken.

Angebot an Unternehmen:
Beratung und Durchführung von Forschungsprojekten

Kontakt

www.marketcommunications.de
cmc@europa-uni.de
transferstelle@europa-uni.de