

**Liebe Freunde des Marketing-Lehrstuhls,
das Wintersemester ist im vollen Gange – wir möchten uns dennoch kurz bei Ihnen mit den
nachfolgenden News unseres Lehrstuhls melden. Wir wünschen Ihnen schöne Wintermonate und
natürlich viel Gesundheit!**

**WILLKOMMEN LIEBE NEUE STUDIERENDE,
KONKRET AUS DER SCHWEIZ, ÖSTERREICH
UND AUS LIECHTENSTEIN**

In den vergangenen Monaten habe ich großartige Klassen in der Executive Education unterrichten dürfen. Liebe Kursteilnehmende, schön, Euch hier wieder zu sehen und herzlich willkommen in unserem Newsletter-Verteiler. Sobald es wieder möglich ist, werden wir den Plan wieder aufgreifen, in verschiedenen Städten regelmäßig Treffen mit ehemaligen Studierenden und anderen am Lehrstuhl Interessierten durchzuführen. Die Zeit wird kommen, wir freuen uns darauf!

Prof. Dr. Florian Siems



WINTERSEMESTER 2020/21 GESTARTET

Ende Oktober starteten wir an der TU Dresden ins Wintersemester. Nachdem sich vorher bereits abzeichnete, dass die Corona-Problematik nicht abnehmen wird, haben wir alle Veranstaltungen unseres Lehrstuhls auch dieses Semesters auf „digital“ umgestellt – an unserem Lehrstuhl wird keine einzige Veranstaltung ausfallen. Wir danken allen Studierenden, die sich hierauf einlassen, und wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg in diesem Semester. Wir werden alles tun, dass auch dieses kein verlorenes Semester wird – bleiben Sie dran, wir schaffen das!



**NOMINIERUNG FÜR DEN FAKULTÄTSÜBERGREIFEND VERGEBENEN PREIS „TUD E-LEARNING
SCHMUCKSTÜCK“**

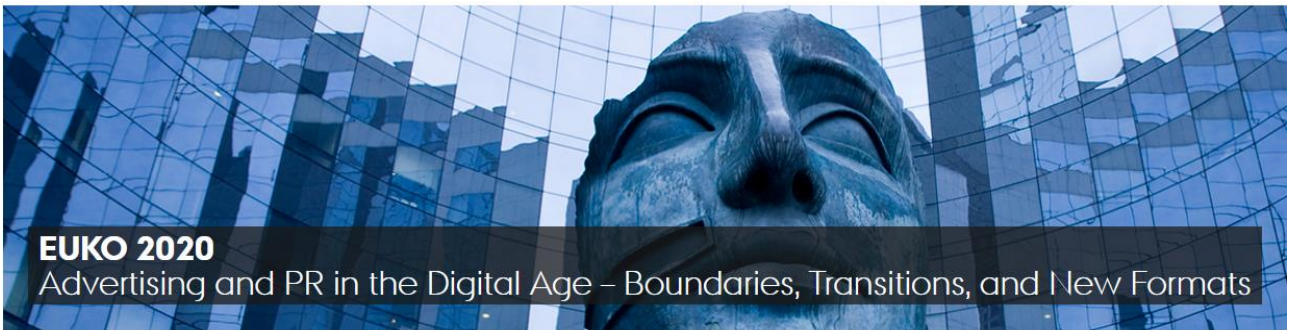
Unser Lehrstuhl und konkret ein zoom-Interview von Prof. Dr. Florian Siems mit Prof. Dr. Dirk Moosmayer (Universität Bordeaux/Frankreich) sind von unseren Studierenden für den fakultätsübergreifend vergebenen Preis „TUD E-Learning-Schmuckstück“ der TU Dresden für „besonders gelungene E-Learning-Inhalte oder -Konzepte im Corona-geprägten Sommersemester 2020“ nominiert. Auch wenn die Konkurrenz groß und die Chance den Preis zu gewinnen eher klein sind, freut uns doch schon diese Nominierung sehr! Wir hatten das Interview hier bereits einmal erwähnt. Wer es trotzdem auch noch ansehen möchte, es ist unter folgendem Link noch abrufbar:

<https://www.youtube.com/watch?v=0jiTjzgMWBA>



KONFERENZ EUKO 2020 (VIRTUELL) IN AARHUS/DÄNEMARK

Unsere Lehrstuhlmitarbeitenden Elisa Landmann, Janine Göttling und Prof. Dr. Florian Siems nahmen im November auf der Konferenz EUKO 2020 in Aarhus in Dänemark teil. Leider musste die Veranstaltung wegen Corona komplett digital erfolgen – aber uns hat es trotzdem gefallen, die Veranstaltenden haben die Konferenz auch digital hervorragend organisiert und das Beste daraus gemacht, wir sind sehr dankbar, dass wir dabei sein durften. Ein besonderer Dank geht an unsere Co-Autoren: Bei einem unserer zwei Vorträge auf der Konferenz handelte es sich um eine Kooperation zum Thema „Customer Education“ mit KollegInnen aus den Bereichen Wirtschaftspädagogik und Medizin, und es war eine besondere Freude, hier erste Ergebnisse einer noch jungen Zusammenarbeit vorzustellen. Diese Ergebnisse sowie die Ergebnisse unseres zweiten Vortrages – eine Studie zum Thema Vong-Kommunikation, die im Rahmen einer Abschlussarbeit von einer unserer Studierenden entstanden ist – werden voraussichtlich im Jahr 2021 im zur Konferenz erscheinenden Tagungsband publiziert.



EUKO 2020

Advertising and PR in the Digital Age – Boundaries, Transitions, and New Formats

Bildquelle: <https://conferences.au.dk/euko2020/>

NEUAUFLAGE DES LEHRSTUHLBERICHTS

Die Neuauflage unseres Lehrstuhlberichtes ist erschienen. Dieser enthält diverse neue Beiträge, aber auch „Klassiker“ wie (am Ende des Berichtes) ein Lehrstuhl-Comic. Sie finden ihn unter folgendem Link als PDF: https://tu-dresden.de/bu/wirtschaft/bwl/marketing/ressourcen/dateien/dateien/TUD_Lehrstuhl-fuer-Marketing_Lehrstuhlbericht-2014-2020.pdf



PUBLIKATIONEN

An dieser Stelle möchten wir auf unsere neusten Publikationen hinweisen (bei Interesse an einer der Publikationen schreiben Sie uns bitte einfach eine kurze Mail):

Papen, M.-C./Runkehl, J./Freiherr, J./Fehér, K./Siems, F. (2020): Olfaktorische Kommunikation als Instrument des Relationship Marketing – eine interdisziplinäre Diskussion, in: Wahl, S./Ronneberger-Sibold, E./Luttermann, K. (Hrsg.): Werbung für alle Sinne. Multimodale Kommunikationsstrategien, VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWW Fachverlage GmbH, Wiesbaden, S. 127-139.

Siems, F./Hütten, A.S.J./Bystrova, O./Holtermann, T./Hehl, A./Schröter, A./Gries, T. (2020): Möglichkeiten und Grenzen multimodaler Kommunikation bei technischen Innovationen am Beispiel eines interdisziplinären Forschungsprojektes im Bereich Textiltechnik, in: Wahl, S./Ronneberger-Sibold, E./Luttermann, K. (Hrsg.): Werbung für alle Sinne. Multimodale Kommunikationsstrategien, VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWW Fachverlage GmbH, Wiesbaden, S. 253-265.