

IG BRANDING Schweiz

Veranstaltung vom Dienstag, 25. Februar 2014 in Bern

Veranstaltungsort: Haus der Universität Bern
Schlösslistrasse 5
3008 Bern

Gastgeber: Institut für Marketing und
Unternehmensführung, Universität Bern

Geplantes Programm

- 09.00 Kaffee & Gipfeli
09.30 Begrüssung durch Marco Casanova
09.35 Vorstellungsrunde

**Aktuelle Erkenntnisse aus der universitären
Markenforschung**

- 09.45 Vorstellung des Instituts für Marketing und
Unternehmensführung / Prof. Dr. Harley Krohmer
- 10.00 **„Kognitive und emotionale Interaktion zwischen
Marken- und Kundenpersönlichkeit: Phänomen und
Bedeutung für den Erfolg“** / Prof. Dr. Lucia Malär und
Daniela Herzog (Doktorandin)
- 10.30 **„Authentizität von Marken: Konzept und Messung“** /
Prof. Dr. Lucia Malär
- 11.00 Kaffeepause
- 11.20 **„Markenbeziehungsqualität: Determinanten und
Erfolgsauswirkungen“** / Prof. Dr. Harley Krohmer

- 11.50 **„Erfolgsfaktoren der Umsetzung einer Markenstrategie“** / Prof. Dr. Harley Krohmer
- 12.15 **Ausblick** – Darstellung der laufenden und zukünftigen Forschungsprojekte des Instituts für Marketing und Unternehmensführung / Prof. Dr. Harley Krohmer
- 12.30 Mittagessen
- 13.45 Diskussion **„Forschungsbedarf zum Thema Marke aus Sicht der Unternehmenspraxis“**
Moderation: Marco Casanova
- 14.30 Kaffeepause
- 15.00 **«Performance Implications of the Company’s Response to Negative Electronic Word of Mouth in a Service Context: The Moderating Role of Source Credibility»** / Marco Casanova, lic.rer.pol.
- 15.30 IG Branding interne Round Table Diskussion zum Themenkomplex **„Brand Governance“**: Prinzipien, Tools, Prozesse und notwendige Ressourcen einer zeitgemässen, effizienten und wirkungsvollen Markenführung? Was funktioniert in der bestehenden/klassischen Brand Governance - und was nicht mehr? Wieweit ist die Art der Brand Governance abhängig von den Eigenheiten des Unternehmens, und was ist universell gültig?
- 16.15 Feedback & Varia
- 17.00 Apéro
- 18.00 Ende der Veranstaltung