

Christopher Dick



## Forschungsprofil

### Akademische Ausbildung

- |           |  |
|-----------|--|
| seit 2014 | Promotionsstudium, Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement                 |
| 2010      | Diplom-Sportwissenschaftler mit dem Schwerpunkt Sportökonomie und Sportmanagement, Deutsche Sporthochschule Köln |

### Beruflicher Werdegang

- |           |   |
|-----------|---|
| seit 2011 | Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement, Deutsche Sporthochschule Köln |
| 2009      | Praktikum 1. FC Köln  |
| 2007      | Praktikum Agentur Pleon   |

### Forschungsinteressen

Konsumentenverhalten im Sport, Sportsponsoring

## Publikationen

**Die Beendigung von Sponsoringengagements und die Valenz von Sponsoringinformationen: Effekte auf die Einstellung der Konsumenten gegenüber der Sponsorenmarke**

Dick, C., 2021, Köln: Deutsche Sporthochschule Köln. 104 S.

**The Effect of the Valence of Sponsorship Information on Consumers' Attitudes Toward the Sponsor Brand**

Dick, C., 04.11.2019, in: International Journal of Sports Marketing & Sponsorship. 20, 4, S. 603-616 14 S.

**Gradual vs Entire Sponsorship Termination: How to Manage the Ending of a Sponsorship Engagement**

Dick, C., 2018, in: International Journal of Sports Marketing & Sponsorship. 19, 4, S. 433-449 17 S.

**Ending a Sponsorship Relationship: Consumers' Responses Toward a Forced Versus a Chosen Exit**

Dick, C. & Uhrich, S., 2017, in: European Sport Management Quarterly. 17, 2, S. 152-170 19 S.