

Themenübersicht

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Der direkte Draht ins Wohnzimmer: Marketingkommunikation mit digitalen Sprachassistenten - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
2	"Alexa, du Depp!?" - Service failures bei digitalen Sprachassistenten	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
3	Das smarte Zuhause als Schaltzentrale - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
4	Auswirkungen von Aktivierungsmaßnahmen im Sponsoring – Der Einfluss von Authentizität und anderen Sponsoren im Netzwerk	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
5	Market Shaping und Blue Ocean Strategy - eine empirische Analyse neuer Märkte im Sportsponsoring (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
6	Geschäftsmodellinnovationsprozesse in Social Enterprises: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
7	Entstehung von Geschäftsmodellen im Social Entrepreneurship: eine Akteur zu Akteur (A2A) Perspektive	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
8	Engagement Plattformen als Geschäftsmodelle für Soziale Entrepreneur: eine vergleichende Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
9	Sport Service Ecosystems - Konzeptionalisierung und Konsequenzen für das Management (Sport Service Ecosystems - Conceptualisation and Managerial Consequences) (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019

10	Erfolgsfaktoren nachhaltiger Textilinnovation: Das Beispiel der ADIDAS AG	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
11	Sind Konsumenten bereit, für nachhaltige Textilien und Sportartikel mehr zu bezahlen?	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
12	Erfassung und Auswertung von Customer Journeys im Versandhandel	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
13	Erfolgsfaktoren der unternehmensübergreifenden Produkt- und Prozessentwicklung	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
14	Onlineshopping im internationalen Kontext: Der Effekt von Herkunftslandlabels auf Preisbereitschaft	BWL XIV	Brand	Bis 10. November 2019
15	Der Trade-Off Nachhaltigkeit vs. Preis im Onlineshopping: Eine empirische Analyse am Beispiel eines Outdoor-Produkts	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
16	Benchmarking der Wagner-Festspiele – Ein Vergleich mit Bregenz und Salzburg	BWL XIV	Kopplin	Bereits vergeben
17	Eine Stärken-Schwächen-Analyse der Bayreuther Festspiele	BWL XIV	Kopplin	Bereits vergeben
18	Vorhersagen der Nützlichkeit von Online Reviews mit Predictive Analytics	BWL XIV	Rausch	Bis 10. November 2019
19	Predicting Online Shoppers' Purchase Intention	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
20	Vorhersage von Warenkorbabbrechern mittels Deep Learning	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben