

Themenübersicht Masterarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
Prio	Titel	Lehrstuhl	Kontakt-person	Bewerbung möglich
1	To-Go in Zeiten von Corona, Influenza & Co. - Empirische Analyse zur Einstellung von Konsumenten gegenüber Mehrweg-Verpackungen in Pandemiezeiten	BWL III	Diekmann	Bis 28. Februar 2021
2	Nudges im internen Marketing	BWL III	Harnischmacher	Bis 28. Februar 2021
3	"Es nervt mich, es nervt mich nicht, ...!" - Einflussfaktoren auf die Konsumentenwahrnehmung von Software-Updates.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021
4	Die Rolle der Werte-Kommunikation bei der Nutzung digitaler Gesundheitsdaten.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021
5	Purpose aus Eigennutz? Die Rolle von Moral Licensing-Effekten für die Relevanz eines höheren Unternehmenszwecks.	BWL III	Winter	Bis 28. Februar 2021
V	Understanding the potential of blockchain-based business models in the music industry	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
6	Dynamic capabilities als Treiber von Geschäftsmodellinnovationen in Kulturunternehmen: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Februar 2021

7	Was bedeutet eigentlich "sozialer Wert"? Eine Analyse anhand einer selbstgewählten Branche	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Februar 2021
V	Market Management in Greater China (mit Daimler)	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
8	Marketing Intelligence in KMU: Probleme und Lösungsansätze	BWL XIV	Brand	Bis 28. Februar 2021
V	Online Experimente zur Untersuchung der Wirkung verschiedener Werbebotschaften auf die Kaufabsicht von Biopolymer-Textilien	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
V	Forecasting online drug purchase with time series models, machine learning models, and temporal point process approaches	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
V	Wirkung von corporate versus offiziellen Gütesiegeln auf die Kaufabsicht von Biopolymer-Textilien	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
9	Erfolgversprechende Gestaltung neuer Produkte mittels QFD (Produktbereich frei wählbar)	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
10	Produkt- und Preisoptimierung (Produktbereich frei wählbar)	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
11	Kundenintegration im Innovationsmanagement von Industrieunternehmen (gerne am Beispiel KSB)	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 28. Februar 2021
12	Athlete Brand Building im Kontext der Value Co-Creation - Eine empirische Interviewstudie	BWL XV	Anderski	Bis 28. Februar 2021
V	Athlete Brand Building im Kontext der Value Co-Creation - Eine Analyse relevanter Einflüsse auf den systematischen Aufbau einer	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben

	Athletenmarke im Konstrukt Red Bull Soccer International			
V	Athlete Brand Building im Kontext der Value Co-Creation - Eine empirische Interviewstudie in Kooperation mit Salomon	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
V	Der Akteur "Sponsor" im Kontext des Vernetzten Branding	BWL XV	Griebel	Bereits vergeben
V	Digitale Innovationen bei kulturellen Veranstaltungen	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben