

Themenübersicht Bachelorarbeiten

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 Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt-person	Bewerbung möglich
1	Sustainable Marketing – Eine systematische Literaturanalyse zur historischen Entwicklung nachhaltiger Marketingansätze	BWL III	Diekmann	12. Juli 2021
2	Künstliche Intelligenz in der Marketingforschung - Ein narrativer Literaturüberblick	BWL III	Föhr	12. Juli 2021
3	AI for Social Good und die Rolle des Marketing - Ein State-of-the-Art	BWL III	Föhr	12. Juli 2021
4	Convenience in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung - Ein konzeptioneller Literaturüberblick	BWL III	Föhr	12. Juli 2021
5	"Digital Nudging vs. Gamification - ist das nicht das Gleiche?" - Eine Literaturanalyse	BWL III	Merkel	12. Juli 2021
6	"So gesund! Jetzt darf's ein bisschen mehr sein!" - ein Literaturüberblick zu Licensing-Effekten bei Alltagsentscheidungen	BWL III	Merkel	12. Juli 2021
7	„Für mich das Gleiche bitte“ – die soziale Komponente bei Konsumententscheidungen	BWL III	Vogler	12. Juli 2021
8	Unterschiedliche Formen von Persuasion Knowledge bei Digital Natives	BWL III	Vogler	12. Juli 2021

9	„Hier, für Dich!“ – Wenn Konsumenten Entscheidungen für andere treffen	BWL III	Vogler	12. Juli 2021
10	Out of the dark? - eine kritische Betrachtung "Dark side of business-to-business (B2B) relationships"	BWL III	Winter	12. Juli 2021
V	Konzept zur Förderung des Leistungssports	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
11	Eine Analyse des Geschäftsmodells von Lanius anhand des Triple Bottom Ansatzes	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	12. Juli 2021
12	Re-Commerce in China und Deutschland - Unterschiede in der Konsumentenpräferenz	BWL XIV	Brand	12. Juli 2021
13	Die Wirkung von "made in"-Claims beim Onlinekauf von Food Supplements - Ein Experiment	BWL XIV	Brand	12. Juli 2021
V	Digitale Transformation im Fußball am Beispiel der SpVgg Bayreuth	BWL XV	Anderski / Prof. Ströbel	Bereits vergeben
14	Internal Branding - State of the Art und Implikationen für Sportmarken	BWL XV	Griebel	12. Juli 2021
15	Place Branding durch Sport - State of the Art und Konzeptualisierung einer multi-actor perspective	BWLXV	Griebel	12. Juli 2021