

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)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Die Bedeutung von Mission, Vision und Purpose im strategischen Management - eine empirische Analyse.	BWL III	Winter	17. Oktober 2021
V	Analyse digitaler Plattformen und der Zielgruppenansprache der Generation Z im Sponsoring	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
2	Why should I care what the others say?! - An experimental analysis of spillover effects in sponsorship portfolios	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	17. Oktober 2021
3	The role of authenticity in "green" marketing communications	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	17. Oktober 2021
4	Kundenkartennutzung im Baumarkt - Erfolgspotential und Auswertung	BWL XIV	Karassenko	17. Oktober 2021
5	Die dunkle Seite der Nachhaltigkeit: Geltungskonsum - Ein Experiment	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
6	Die Rolle von Social Desirability bei nachhaltigen Kaufentscheidungen	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
7	Der Intention-Behavior-Gap und das Future Self	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
8	Der Intention-Behavior-Gap als Problem des Forschungsdesigns	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021

9	Instagram-Marketing von nachhaltigen Unternehmen - Eine vergleichende Analyse (in Kooperation mit Myriad)	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
10	Glaubwürdigkeit von Sinnfluencern	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
11	Influencer in der Innovationskommunikation	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
12	Soziale Signale von Chatbots	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
13	Adoption von Kryptowährungen beim Bezahlen	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
14	Paradigmenwechsel im Sport? Team Identification vs. Athlete Brand Identification - eine empirische Studie	BWL XV	Anderski	17. Oktober 2021
15	Mapping the Fan-Brand Journey – Eine qualitative Untersuchung von Touchpoints zur Kokreation der Markenbedeutung	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
16	Markenmanagement von eSport Clans - eine qualitative Analyse aus der Perspektive des Managements	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
17	eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine netnographische Analyse der Klubs SV Werder Bremen und VfL Wolfsburg	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
18	eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine netnographische Analyse der Klubs FC Bayern München und Borussia Mönchengladbach	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
19	City Branding durch Sport – eine Analyse des Kommunikationspotentials von medi bayreuth für die Stadt Bayreuth	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021
20	Marktforschung im Sport – Entwicklung eines Reports zentraler KPIs am Beispiel von medi bayreuth	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021
21	Eine Analyse der Markenstrategie der European Championships Munich 2022	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021