

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
V	Theoretische Analyse von Spillover-Effekten im Kontext nachhaltiger Konsumentenentscheidungen	BWL III	Diekmann	Bereits vergeben
1	Ursachen und Einflussfaktoren von Reaktanzverhalten bei Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2020
2	Das ist meins! - Wirkung und Einflussfaktoren von Psychological Ownership im Marketing	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2020
3	Gemeinsam sind wir stark! - State-of-the-Art zur Entstehung und Wirkung von Konsumentenbewegungen	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2020
4	„It's a kind of magic?“ – Wizard-of-Oz-Experimente in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung. Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2020
5	Wie gewonnen so zerronnen? - Swift Trust: Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2020
6	Broken Promises - unerfüllte Erwartungen und Ihre Rolle bei Dienstleistungen.	BWL III	Winter	Bis 13. Mai 2020

7	Strategische Geschäftsfeldentwicklung im Dienstleistungsmanagement - eine theoretische und praktische Analyse von Best- und Worst-Practice Beispielen.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
8	Covid-19 als Auslöser für Krisen: eine Multiple Case Study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
9	Covid-19 als Auslöser für Innovationen im Dienstleistungssektor: eine Multiple Case Study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
V	Zielsetzungen von kleinen und mittleren Unternehmen im Sportsponsoring	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
10	Aktivierung von Sponsorings im Kontext eSports (auf Deutsch oder Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
11	An analysis of sustainability dimensions through the lens of value co-creation (auf Deutsch oder Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
V	Country-of-Manufacture vs. Country-of-Brands-Effekte in Relation zur Brand Familiarity - Eine Analyse von High-Involvement Produkten aus chinesischer Konsumentenperspektive	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
V	Predicting preference: Erhöhung der Vorhersagegenauigkeit bei komplexen Produkten durch Conjointanalysen mit kognitiven Pausen	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
12	Einflussfaktoren auf die Kaufabsicht von pflanzenbasierten Lebensmittelsubstituten	BWL XIV	Rausch	Bis 13. Mai 2020

V	Nachhaltiger Kleidungskonsum: Einflussfaktoren auf die Kaufabsicht und das Kaufverhalten	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
13	Soziale / menschliche Eigenschaften von chatbots	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020
14	Chatbots als soziale Akteure - eine Analyse von Chatverläufen	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020
15	Tourismusverhalten von Millennials in Zeiten von Corona	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020
16	Akzeptanz von Smartwatches im Arbeitskontext	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020
17	Fan Engagement: Ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung unter besonderer Berücksichtigung digitaler Technologien	BWL XV	Griebel	Bis 13. Mai 2020
18	Einstieg professioneller Sportorganisationen im eSport – Motive, Umsetzung, Herausforderungen und Chancen	BWL XV	Griebel	Bis 13. Mai 2020