

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 bis
1	Von Second Life bis Metaverse – Virtuelle Welten in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung (Ein Literaturüberblick)	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
2	Manchmal muss es eben Siri sein – Smarte Technologien als Kundeninterface (Ein State-of-the-Art)	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
3	Konsumentenentscheidungen mit Algorithmen – Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
4	Direct-to-Consumer Commerce – Ein Literaturüberblick	BWL III	Prof. Germelmann	09. Februar 2022
5	State-of-the-Art zur wahrgenommenen Fairness in der Marketingkommunikation	BWL III	Harnischmacher	09. Februar 2022
6	State-of-the-Art zur Zielaktivierung in der Marketingkommunikation	BWL III	Harnischmacher	09. Februar 2022
7	The power and limits of digital nudging: Encouraging sustainable behavior in digital environments – ein systematischer Literaturüberblick	BWL III	Merkel	09. Februar 2022
8	Spielend leicht zu gesunden Verhaltensweisen – Ein Literaturüberblick zur	BWL III	Merkel	09. Februar 2022

	Wirkung von Gamification-Elementen in Health - Apps			
9	Purposeful Brands? Eine quantitative Analyse oberfränkischer Unternehmen	BWL III	Winter	09. Februar 2022
10	Financial Literacy junger Konsumenten - in Kooperation mit GetMoBie	BWL III	Winter	09. Februar 2022
11	Besonderheiten der (digitalen) B2B-Customer Journey	BWL III	Winter	09. Februar 2022
V	Athlete Branding im Sport – eine Analyse der Rolle der sozialen Medien	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
12	Kundenkarten bei Baumärkten: Erfolgsfaktoren und Anwendungsbeispiele	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
13	Kundenkarten bei Baumärkten: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
14	Personas im Online-Versand von Spielwaren und Kindermode: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
15	Warenkorbanalyse beim Online-Versand von Spielwaren und Kindermode	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
16	Athlete Brand Identification anhand Merchandisingumsätzen in der Fußball Bundesliga - Ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	09. Februar 2022
V	Wie mega ist das Metaverse? Chancen für Sportorganisationen	BWL XV	Griebel	Bereits vergeben
17	Entwicklung eines Brand-Dashboards für Sportmarken	BWL XV	Griebel	09. Februar 2022

V	City Branding durch Sportevents - eine Analyse des FIS Skilanglauf Weltcups in Dresden	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben
18	Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie	BWL XV	Prof Ströbel	09. Februar 2022