

## Themenübersicht Bachelorarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung über E-Learning möglich bis</b>
1	Conversational Commerce als Absatzkanal - Ein State-of-the-Art	BWL III	Föhr	11. Mai 2022
2	Künstliche Intelligenz als Konsument - Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	11. Mai 2022
3	„Ich kann mich einfach nicht entscheiden!“ – Vereinfachung von Konsumentenentscheidungen	BWL III	Harnisch- macher	11. Mai 2022
4	„Einmal das Gleiche, bitte!“ – Sozialer Einfluss auf Konsumentenentscheidungen	BWL III	Harnisch- macher	11. Mai 2022
5	Priming in der Marketingkommunikation – Ein State-of-the-Art	BWL III	Harnisch- macher	11. Mai 2022
6	Wie smart ist smart genug? Smarte Produkte im Umfeld von Konsumenten - ein State-of-the-Ar	BWL III	Koch	11. Mai 2022
7	Uncanny Valley oder nicht? - Wie Konsumenten anthropomorphe Technologien wahrnehmen - Ein Literaturüberblick	BWL III	Koch	11. Mai 2022
8	Potentials and challenges of personalized (digital) nudging	BWL III	Merkel	11. Mai 2022
9	Digital sensory marketing- ein State-of-the-Art	BWL III	Merkel	11. Mai 2022

10	Corporate Social Irresponsibility - ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung	BWL III	Winter	11. Mai 2022
11	Werte in der Markenkommunikation - ein State-of-the-Art	BWL III	Winter	11. Mai 2022
12	Markenbildung im Online-Distanzhandel am Beispiel Amazon, BAUR und Zalando	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
13	Touchpoints im Online-Distanzhandel: Wichtigkeit und Zufriedenheit aus Kundensicht	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
14	Innovationslabore zur nachhaltigen Produktentwicklung	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
15	Konsumentenverhalten in Baumärkten vor und während Corona	BWL XIV	Karasenko	11. Mai 2022
16	Konsumentenverhalten zwischen Standorten - warum ist eine Filiale erfolgreicher?	BWL XIV	Karasenko	11. Mai 2022
17	Personal Brand Hate – ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	11. Mai 2022
18	Einfluss digitaler Trends wie NFTs, eSport oder Metaverse auf den Sportkonsum in Deutschland	BWL XV	Anderski	11. Mai 2022
<b>V</b>	"Für was steht eigentlich unsere Marke?" Interne Markenführung beim Unternehmen "Bergfreunde"	BWL XV	Griebel	<b>Bereits vergeben</b>
19	Aufbau und Führung von Eventmarken - Implikationen einer Multi-Akteur Perspektive	BWL XV	Griebel	11. Mai 2022
<b>V</b>	Road to Germany - Chancen und Herausforderungen der Internationalisierungsstrategie der NFL in Deutschland	BWL XV	Prof. Ströbel	<b>Bereits vergeben</b>