

## Themenübersicht Masterarbeiten

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>Masterarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung über E-Learning möglich bis</b>
1	Anwendungen basierend auf künstlicher Intelligenz – Ein Feld neuer Möglichkeiten für Unternehmen und Konsumenten?	BWL III	Koch	29. Januar 2023
<b>V</b>	Promoting sustainable consumer behavior in Online Grocery Stores - An Experimental Study using the Open Science Online Grocery	BWL III	Merkl	<b>Bereits vergeben</b>
2	Der Einfluss Dritter auf die Customer Experience im Sport - Eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	29. Januar 2023
3	Designed by AI ?! Eine experimentelle Analyse zur Wahrnehmung von AI-designed Produkten	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	29. Januar 2023
4	Humor im Service Recovery – Eine experimentelle Studie zur kundenseitigen Bewertung der wiederholten Nutzung von Humor im Service Recovery	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	29. Januar 2023
5	Transformative Service Research for vulnerable people - eine systematische Literaturanalyse	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	29. Januar 2023
6	Eaternity, Planet-Score und Co. - Präferenz und Akzeptanz bei Nachhaltigkeits-Labeln im Food- Kontext	BWL XIV	Dr. Brand	29. Januar 2023
7	BERT goes sustainable – Eine Zusammenfassung von Social Media Topics	BWL XIV	Karassenko	29. Januar 2023

8	Nachhaltigkeit in sozialen Netzwerken – Wer ist wie verbunden?	BWL XIV	Karassenko	29. Januar 2023
9	Winner takes all: Wie wird Fairness in Empfehlungssystemen garantiert?	BWL XIV	Karassenko	29. Januar 2023
10	Motive zum Kauf von Mystery Boxen	BWL XIV	PD Dr. Rese	29. Januar 2023
11	Motive zur Nutzung grüner Innovationen	BWL XIV	PD Dr. Rese	29. Januar 2023
12	Wie wirken ursachenbezogene Marketingkampagnen (You Share We Donate)?	BWL XIV	PD Dr. Rese	29. Januar 2023
13	Der Intention-Behavior Gap bei nachhaltigem Konsum – Ein Experiment zur Rolle des regulatorischen Fits	BWL XIV	Rösch	29. Januar 2023
14	Consumer Evaluations of of eSports Sponsorships by Luxury Brands	BWL XV	Griebel	29. Januar 2023
15	Markenmanagement im Sport aus einer Multi-Akteur Perspektive: Eine weiterführende Interviewstudie	BWL XV	Griebel	29. Januar 2023
16	Branding for Good: Brands as vehicles for social change?! Eine Fallstudie zu Outdoormarken	BWL XV	Griebel / Dr. Stegmann	29. Januar 2023
17	"Was wollen Fans denn überhaupt?" - Erhebung von Nutzenpräferenzen digitaler Plattformen von Sportklubs	BWL XV	Dr. Stegmann	29. Januar 2023
18	Soziale Netzwerkplattformen zur Wissenschaftskommunikation im akademischen Umfeld - Building the academic personal brand	BWL XV	Prof. Ströbel	29. Januar 2023