

## 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	Fuzzy or not? - Wahrnehmung digitaler Datentransparenz bei intelligenten Technologien aus Konsumentensicht - eine empirische Analyse	BWL III	Koch	31. Juli 2022
2	Alexa, kauf mir was Schönes! - Verhaltensänderungen aufgrund sprachbasierter Einkäufe - eine empirische Analyse	BWL III	Koch	31. Juli 2022
3	Internet of Things im Alltag? - Eine qualitative Studie zu den Wahrnehmungen von Kunden in Bezug auf die Eigenschaften intelligenter Produkte und Dienstleistungen	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
4	Emoji's im Service Recovery und ihr Einfluss auf den Beschwerdeführer - Eine experimentelle Studie	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
5	Emoji's im Service Recovery und ihr Einfluss auf "Virtual Present Others" - Eine experimentelle Studie	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
6	Humor im Service Recovery - Eine experimentelle Studie zur kundenseitigen Bewertung der wiederholten Nutzung von Humor im Service Recovery	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
7	Social Media Listening – Wem sollte ich wo zuhören?	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022
8	Recommender Engines im Offline und Online Handel	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022

9	Kundensentimente und Social Media Analyse für nachhaltige Unternehmen / Produkte	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022
10	Wirkung menschliche Eigenschaften und Persönlichkeit von Voice Assistants	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
11	Wirkung von Maßnahmen zur Corona Prävention im Einzelhandel	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
12	Panikkäufe im Einzelhandel - ein neues Phänomen?	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
13	Innovationsbarrieren bei neuen Zahlungstechnologien	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
14	Kryptowährungen zum Bezahlen: wie wirken wichtige Parameter?	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
<b>V</b>	Facilitating Athlete Branding - How U.S. Universities Help Athletes Market their NIL rights (qualitative analysis using Ohio University as an example)	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
<b>V</b>	Sponsorship within American Football in Germany	BWL XV	Prof. Ströbel	<b>Bereits vergeben</b>
15	Soziale Netzwerkplattformen zur Wissenschaftskommunikation im akademischen Umfeld - Building the academic personal brand	BWL XV	Prof. Ströbel	31. Juli 2022
16	Sport im Post-Growth-Zeitalter – Eine ökonomische Betrachtung der Rolle des Sports in einer nachhaltigen Gesellschaft	BWL XV	Prof. Ströbel / Stegmann	31. Juli 2022