

## SoSe 2023

### Bachelorarbeit mit Seminar – Themenliste

- 1 Netflix, Spotify & Co.: Die Bedeutung von digitalen Produkten im Marketing
- 2 „Bitte lass ein ‚Like‘ da“: Eine Analyse der Bedeutung von Electronic Word-of-Mouth im Marketing
- 3 Für mehr Vielfalt: Die Bedeutung von Variety Seeking im Marketing
- 4 „Was will ich essen?“ – Wie entscheiden Konsumenten, welche Lebensmittel sie konsumieren?
- 5 Keine leichte Wahl: Welche Faktoren beeinflussen die Entscheidungsfindung von Konsumenten?
- 6 Followers, Shares, Likes – Erfolgsfaktoren des Influencer-Marketing
- 7 Mehr als nur Worte? – Aktuelle Erkenntnisse zu der Bedeutung von Online-Reviews für das Marketing
- 8 Advertising Spending, Marketing Expenditures & Co. – Der Einfluss unternehmerischer Offenlegung marketingbezogener Informationen auf die Unternehmensperformance
- 9 Hart oder herzlich – Welche Faktoren den Erfolg von Sales Management beeinflussen
- 10 „Is it too late now to say sorry?“ – Der Einfluss des unternehmerischen Umgangs mit Service-Fehlern auf die Service-Recovery
- 11 "Refer a friend, reward yourself!" – Der Einfluss von Bonusprogrammen auf das Konsumentenverhalten
- 12 "Nutri-Score: Top oder Flop?" – Die Bedeutung von Labels für das Marketing

- 
- |           |  |
|-----------|--|
| <b>13</b> | "Andere Kunden kauften auch..." – Der Einfluss von Empfehlungen für das Konsumentenverhalten                                 |
| <b>14</b> | "Like a Bosch" – Determinanten von überzeugender Werbung   |
| <b>15</b> | "Die Kopfhörer sind verdammt geil!" – Wie Sprache Konsumenten in der digitalen Kommunikation beeinflusst                     |
| <b>16</b> | „Ja! - Ich will!“ – Das Konsumentenverhalten bei Handelsmarken in Anbetracht wirtschaftspolitischer Ereignisse               |
| <b>17</b> | „Was gibt es zu entdecken, Alexa?“ – Die Verwendung von Voice bots sowie deren Einflussfaktoren auf das Konsumentenverhalten |
| <b>18</b> | „Let's meet in the cloud!“ – Das Metaverse und dessen Potenziale für das Marketing von Unternehmen                           |
| <b>19</b> | „L(i)ebe den Luxus!“ – Die Vermarktung von Luxusartikeln und deren Besonderheiten hinsichtlich des Konsumentenverhaltens     |
| <b>20</b> | „Wir übernehmen Verantwortung!“ – Gestaltung und Einfluss der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf den Unternehmenswert      |