

SoSe 2024

Bachelorarbeit mit Seminar – Themenliste

- 1 Wie treffen Konsumenten Kaufentscheidungen? Die Bedeutung von Nudging im Marketing
- 2 Die Macht der Worte: Wie Wortwahl und Sprache in der Marketingkommunikation das Konsumentenverhalten beeinflussen
- 3 Grüner Konsum: Wie können Unternehmen gesunde Kaufentscheidungen von Konsumenten motivieren?
- 4 Künstliche Intelligenz im Marketing: Eine Analyse der Wirkung von künstlicher Intelligenz auf das Konsumentenverhalten
- 5 Persuasive Werbebotschaften: Wann ist Onlinewerbung effektiv?
- 6 Information is Power – Wie Fake News, Mis- und Desinformation das Konsumentenverhalten beeinflussen
- 7 Sehen, hören, kaufen? Aktuelle Erkenntnisse zu der Bedeutung von TV-, Print- und Online-Werbung für das Konsumentenverhalten
- 8 Soda Tax, Geschenkartikel & Co. – Welche Faktoren die Effektivität von Sales Promotions beeinflussen
- 9 Look local, order online? – Einflussfaktoren auf die Performance von (Online-)Retailern
- 10 Rating vs. Review – Aktuelle Erkenntnisse zu der Bedeutung von Online-Kundenbewertungen im Marketing
- 11 "Blame the Bot" – Der Einfluss von Chatbots auf das Konsumentenverhalten
- 12 "You get the message?" – Welche Einflussfaktoren steigern die Effektivität von Social Media Nachrichten?

-
- | | |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13 | "Alles neu?" – Erfolgsfaktoren bei der Markteinführung neuer Produkte |
| 14 | "Alles im grünen Bereich" – Einflussfaktoren für den Konsum umweltfreundlicher Produkte |
| 15 | "Limited Editions, nur so lange der Vorrat reicht!" – Der Einfluss von Knappheitssignalen im Marketing |
| 16 | Recycling und Re-Manufacturing als Verkaufsargument? Wie Rücknahmeprogramme Konsumenten im Kaufentscheidungsprozess beeinflussen |
| 17 | Minimalistisches Produktdesign als "Natürlichkeitsindikator": Wann und wodurch steigert es die Zahlungsbereitschaft von Konsumenten? |
| 18 | Kennt der Algorithmus dich besser als du selbst? Eine vergleichende Analyse der Werbewirkung von KI-basierten Empfehlungen und abonnierten Kanälen |
| 19 | Frust beim Self-Design: Warum die individuelle Gestaltung oft vor dem Warenkorb endet |
| 20 | Vertrauenswürdigkeit im Influencer Marketing: Eine Analyse der Erfolgsfaktoren von Micro- und Macro-Influencern |