

Bachelor-/Masterarbeitsthemen WS 2023/24

Marketing bei Prof. Dr. habil. Doreén Pick

Stand: 20. Juni 2023

Im Wintersemester 2023/24 werden folgende Themen für (**empirische**) **Abschlussarbeiten** angeboten. Empirisch bedeutet, dass entweder a) vorhandene Datensätze über z.B. SPSS ausgewertet werden (z.B. mit Hilfe von Varianzanalysen, Regressionen) oder b) eigene Daten erhoben und ausgewertet werden (z.B. über Online-Befragungen, Papier-Befragungen). Die Auflistung bedeutet nicht, dass alle Themen vergeben werden. Vielmehr sind die **Plätze limitiert!** Für die Bewerbung der Betreuung bei Prof. Pick gibt es **zwei feste Termine** im Jahr (siehe folgende Seite).

Voraussetzungen zur Bewerbung und zur Annahme für eine Abschlussarbeit

- Guter (bis Note 2,5) bis sehr guter Abschluss in den Marketing-Modulen (WPF)
- Gute bis sehr gute Durchschnittsnoten in den anderen Studienfächern
- (idealerweise) SSP Seminar Marketing bereits belegt
- Seminararbeit erfolgreich im Marketing belegt bzw. bereits im Marketing angemeldet

Ablauf

1. Bewerbung mit dem aktuellen Auszug Ihrer Studienleistung und dem Wunsch-Thema (ggfs. zweite Themenpräferenz mit angeben) per E-Mail (**spätestens zur Deadline: 30. September 2023 für das WS 2023/24**); bei einem anderen anvisierten Thema als auf dieser Liste ist ein 2-seitiges Exposé erforderlich; wenn es Unternehmensthemen z.B. aus dem Praktikum sind: Bitte stellen Sie bei Unternehmensthemen unbedingt sicher, dass das Thema bearbeitbar ist.
2. Die Betreuung erfolgt über **digitale Gruppen-Termine** zur Besprechung von Detailfragen zu Gliederung, Inhalten und Formatierung. Diese Termine werden etwa um die Mitte des jeweiligen Semesters stattfinden; die Teilnahme ist insofern wichtig, als danach keine separaten Fragen zu Formatierung, Zitierweise etc. mehr beantwortet werden (diese sind u.a. Bestandteil des SSP Seminar Marketing). Es geht um den konkreten und kontinuierlichen Austausch zur Abschlussarbeit, dies wird durch feste Termine sichergestellt.

Datenschutz und Unternehmensverantwortung

1. Corporate Digital Responsibility: Begriff und Maßnahmen in ausgewählten Branchen (Webseitenrecherche und Inhaltsanalyse)
2. Corporate Digital Responsibility: Erwartungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern (Interviews und Inhaltsanalyse)
3. Corporate Digital Responsibility: Wirkung des Datenschutzwissen auf die Kundenerwartungen gegenüber Unternehmen*
4. Arten und Wirkungen von Anreizen von Online-Händlern zu Newsletter-Registrierung
5. Online-Games: Anreizsysteme und unternehmerischer Umgang mit digitaler Verantwortung
6. Kundenseitige Bereitschaft der Datenvergabe an Unternehmen: Ein Literaturüberblick

7. Kundenseitige Bereitschaft der Datenvergabe an Unternehmen: Rolle von Imagewerbung*
8. Kundenseitige Bereitschaft der Datenvergabe an Unternehmen im Generationenvergleich
9. Kundenseitige Bereitschaft der Datenvergabe an Unternehmen: Rolle der Transparenz*
10. Unternehmenswebseiten: Arten von Cookie-Informationen und ihr Einfluss auf die Freigabe von personenbezogenen Daten*
11. Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften auf Datenschutzbedenken*
12. Einfluss von Datenschutzbedenken auf das Mediennutzungsverhalten*

Preispolitik und Preisfairness von Nachhaltigkeitsstrategien

13. Wirkung der sozialen Sichtbarkeit von Produkten auf die Fairnesseinschätzung bei Preiserhöhungen*
14. Fairnesseinschätzung bei Preiserhöhungen unterschiedlicher Höhe*
15. Effekt der Produktherkunft auf die Fairnesseinschätzung bei Preiserhöhungen*
16. Akzeptanz von Preiserhöhungen bei Markenprodukten*

*: Eigene Datenerhebung (FB wird teils zur Verfügung gestellt); **: Datensatz ist vorhanden

Formelle Anmeldetermine für Bachelorarbeiten für das WS 2023/14 ist der 15. November 2023. Die Deadline liegt derart, damit im WS 2023/24 das BA-Kolloquium auch erfolgen kann. Die Anmeldetermine beziehen sich auf die formelle Anmeldung bei Prof. Pick, damit die Unterlagen rechtzeitig zum Prüfungsbüro gehen können.