



## **Themenvorschläge für Bachelorarbeiten** **WS 2011/2012**

1. **Marktbetreuungsmodelle in Dienstleistungsunternehmen: Eine qualitative Studie**
2. **Marketing mit Düften: Ein Literaturreview**
3. **Marketing mit Düften: Ein Experiment (bis zu zwei Studenten)**
4. **Nicht-bewusste Effekte im Konsumentenverhalten (bis zu fünf Studenten)**
5. **Kundenverhalten im Internet: Konzept und Messung von E-Zufriedenheit**
6. **Die Wirkung von Düften und Farben auf Kaufentscheidungen**
7. **Kundenverhalten im Internet: Mess- und Analyseverfahren für ein kundenorientiertes Web-Site Design**
8. **Kundenverhalten im Internet: Zielgruppengerechte Website-Entwicklung**
9. **Kundenverhalten im Internet: Emotion, Vertrauen, Kontrolle als Einflussfaktoren bei der Bewertung von Online-Einkaufsstätten**
10. **Das Produkt als Kunstgegenstand, das Geschäft als Museum: Implikationen für das Management**
11. **Der Kaufprozess als ästhetische Erfahrung: Ein Literaturreview**
12. **Reicht es, wenn ein Toaster toastet? Das Zusammenspiel von ästhetischen und funktionalen Produkteigenschaften**
13. **More Than Meets the Eye: Der Einfluss des Produktdesigns auf die Wahrnehmung des Kunden**
14. **Der Einfluss von Hintergrundmusik im Dienstleistungsumfeld: Ein Literaturreview**
15. **The World of Touch: Der Einfluss von haptischen Stimuli auf das Konsumentenverhalten: Ein Literaturreview**
16. **It Smells Like Teen Spirit – Der Einfluss von olfaktorischen Stimuli auf das Konsumentenverhalten**
17. **Selbstdarstellung im Internet und bei Online Sozialen Netzwerken: Ein Literaturreview**
18. **Soziale Medien und Marketing: Ein Literaturreview**
19. **Online Social Network Stress: Negative Effekte von sozialen online Netzwerken**

20. Eine Hand wäscht die andere - Unternehmer und ihr Netzwerk: Eine Fallstudie in der Hotellerie (bis zu vier Studenten)
21. Die Rolle der Kundeneinbettung in Communities für Customer Co-Creation: Ein Literaturreview
22. Kunden-Unternehmensidentifikation (KUI): Wie können Unternehmen KUI forcieren und welchen Nutzen ziehen Kunden und Unternehmen daraus?
23. Vergleich unterschiedlicher Ansätze zur Berechnung des Kundenwerts (Customer Equity)
24. Mitarbeiter-Unternehmensidentifikation (MUI): Wie können Unternehmen MUI forcieren und welchen Nutzen ziehen Mitarbeiter und Unternehmen daraus?

Bitte füllen Sie dieses Formular aus und geben Sie es spätestens bis Freitag 14.10.2011 12 Uhr im Sekretariat des Teams Service Management und Tourismus ab.

Name: \_\_\_\_\_

Matrikelnummer: \_\_\_\_\_

Meine Präferenzen: Bitte die Nummer (1-24) eintragen

Präferenz 1:

Präferenz 2:

Präferenz 3:

Das Team „Service Management und Tourismus“ des Instituts für Strategisches Management, Marketing und Tourismus wünscht Ihnen viel Erfolg bei der Erstellung Ihrer Bachelorarbeit!