



^b
**UNIVERSITÄT
BERN**

Wirtschafts- und
Sozialwissenschaftliche
Fakultät

Institut für Marketing und
Unternehmensführung

Abteilung Marketing

Bachelorarbeiten

Themenausschreibung HS 2024

Ausgangslage und Vorgehen

Die Bachelorarbeiten können in Englisch oder Deutsch verfasst werden. Für die Anmeldung bitten wir Sie gemäss den folgenden Infos vorzugehen. Bei Fragen zur Anmeldung können Sie sich gerne per E-Mail an thomas.plociennik@unibe.ch wenden.

Termine

Das Anmeldefenster ist ab dem 22.05.2024 geöffnet. Die Themen werden in Rücksprache mit dem Betreuer kontinuierlich vergeben. Ob ihre Bewerbung angenommen wurde erfahren Sie in der Regel nach spätestens 14 Tagen. Jede Anmelde-Mail enthält folgende drei Dateien, welche folgendermassen benannt werden müssen:

Motivationsschreiben (max. 1. A4 Seite): Name_Vorname_MOTIVATION.pdf

Aktuelles Notenblatt: Name_Vorname_NOTENBLATT.pdf

Lebenslauf: Name_Vorname_CV.pdf

Das Motivationsschreiben ist in Form eines Briefes zu erfassen - wie bei einer Bewerbung üblich. Bitte geben Sie in Ihrem Motivationsschreiben vier Themenpräferenzen an und senden Sie Ihre Bewerbung an thomas.plociennik@unibe.ch

Unvollständige Bewerbungen werden nicht berücksichtigt. Themen werden kurzfristig vergeben und können nicht mehr verfügbar sein. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Das Proseminars am IMU-M ist Voraussetzung für eine Zuteilung einer Bachelorarbeit



Institut für Marketing und Unternehmensführung
Abteilung Marketing
Prof. Dr. Harley Krohmer
Institutsdirektor

Engenhaldenstrasse 4
CH-3012 Bern
Tel. +41 031 631 80 31
www.marketing.imu.unibe.ch

Themen

1	Authentizität von Social Media Influencern (vergeben)
2	Mental Health von Social Media Influencern (vergeben)
3	Consumer Activism: Implikationen fürs Markenmanagement (vergeben)
4	Online Customer Journey: Welche Rolle spielt die Produktkategorie beim Online Shopping?
5	Markenvertrauen in Krisenzeiten (vergeben)
6	Femvertising: Aktueller Forschungsstand und zukünftige Entwicklung (vergeben)
7	Welche Rolle spielt das digitale Marketing von Start-Ups für Venture Capital Investitionen ? (vergeben)
8	Whitewashing im Marketing: Aktueller Forschungsstand und Bedeutung Purplewashing (vergeben)
9	Corporate Culture: The Impact of the Culture - Market Fit (vergeben)
10	Corporate Purpose and Customers' Intention to Forgive (vergeben)
11	Market Implications of Corporate Culture and Innovativeness
12	Kreativität von generativer KI im Marketing
13	KI-Marketing Guidelines: Welche ethische, regulatorische und unternehmensinterne Aspekte sollten bei der Adaption durch Unternehmen berücksichtigt werden? (vergeben)
14	Strategische Implikationen des Hype-Zyklus für Unternehmensentscheidungen
15	Der Einfluss der Künstlichen Intelligenz auf die Entwicklung und Nutzung virtueller Influencer im Marketing
16	Der Einfluss virtueller Influencer auf Markenloyalität und -vertrauen (vergeben)
17	Die Rolle von Gründerpersönlichkeiten und deren Einfluss auf die Outperformance von Unicorn-Startups (vergeben)

Die definitive Themenabgrenzung wird anlässlich des ersten Besprechungstermines mit der Betreuerin oder dem Betreuer vorgenommen.

Achtung: Da wir jedes Jahr eine sehr grosse Nachfrage haben, die unsere Kapazitäten übersteigt, können wir nicht garantieren, dass alle Bewerbungen angenommen werden. Der erfolgreiche Abschluss eines Proseminars am IMU-M ist Voraussetzung für eine Zuteilung.