



^b
**UNIVERSITÄT
BERN**

Wirtschafts- und
Sozialwissenschaftliche
Fakultät

Institut für Marketing und
Unternehmensführung

Abteilung Marketing

Forschungsorientierte Masterarbeiten

Themenausschreibung FS 2024

Ausgangslage und Vorgehen

Falls Sie eine forschungsorientierte Masterarbeit am Institut für Marketing und Unternehmensführung im Frühjahrssemester 2024 verfassen wollen, bitten wir Sie, gemäss den Anweisungen auf der Webseite vorzugehen (→ Studium → Masterarbeit). Bei Fragen zur Anmeldung können Sie sich gerne per E-Mail bei Thomas Plociennik (thomas.plociennik@unibe.ch) melden.

Kick-Off Veranstaltung

Kick-Off-Veranstaltung wird mit dem persönlichen Betreuer oder Betreuerin durchgeführt.

Themen

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung via E-Mail an Thomas Plociennik (thomas.plociennik@unibe.ch) Bitte geben Sie in Ihrem Motivationsschreiben **drei Themenprioritäten** an. Jede Anmeldungs-E-Mail enthält folgende 3 Dateien, welche wie nachfolgend benannt werden müssen:

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

Das aktuelle Notenblatt: **Name_Vorname_NOTENBLATT.pdf**

Lebenslauf: **Name_Vorname_CV.pdf**

Unvollständige Bewerbungen werden nicht berücksichtigt.

Arbeiten werden abhängig der Leistungen, vom Motivationsschreiben und Eingang vergeben.
 Einsendeschluss ist der 05.01.2024. Der Besuch von einem Forschungsseminar am Institut für Marketing ist eine Voraussetzung um eine Masterarbeit am IMU-M zu schreiben.
 Der Rechtsweg ist ausgeschlossen

Themen

1	Influencer Marketing: Sharenting¹
Beschreibung	Influencer auf den sozialen Medien wenden unterschiedliche "Strategien" an. Immer öfters werden Kinder der Influencer "benutzt", um Produkte zu vermarkten. Diese Masterarbeit soll aufzeigen welche Optionen es für Mom-fluencers gibt, um Kinder zu schützen und welche Auswirkungen diese Optionen auf Influencer und Marke haben. Diese Fragen sollen empirisch untersucht werden.
2	Influencer Marketing: Authentizität¹
Beschreibung	Authentizität ist ein Erfolgsfaktor der Markenführung, aber auch des psychologischen Well-Beings. Diese Arbeit soll der Frage nachgehen, was wahrgenommene Influencerauthentizität ist und welche Faktoren dazu beitragen, dass Influencer sich selbst als authentisch wahrnehmen können. Vorgesehen ist eine empirische Vorgehensweise.
3	Enthüllt vor der Enthüllung: Wie Produkt-Leaks den Erfolg von Markteinführungen beeinflussen¹
Beschreibung	In der dynamischen Welt der Tech-Industrie sind Produkt Leaks an der Tagesordnung. Ein Paradebeispiel ist der kürzliche Leak rund um das iPhone 15, dessen Hauptfeatures schon Monate vor dem Trommelwirbel der offiziellen Enthüllung ein offenes Geheimnis waren. Solche Leaks können eine wahre Buzz-Welle auslösen, während die eigentliche Produktpräsentation in den Hintergrund rücken kann. Dabei stellt sich unweigerlich die Frage, wie authentisch ein Leak ist oder ob er vielleicht sogar hinter den Kulissen vom Unternehmen selbst orchestriert wurde. Im Kontext dieser Masterarbeit wird mittels einer empirischen Vorgehensweise der spannenden Frage nachgegangen, welche Vorteile solche Leaks für Unternehmen bergen könnten..
4	Influencer Brand Defense¹
Beschreibung	Influencer Marketing hat sich als festes Rüstzeug in Kommunikation und Vertrieb etabliert. In dieser Masterarbeit wird der Fokus auf das Influencer Marketing im Kontext der Krisenkommunikation gelegt. Es wird erforscht, inwiefern Influencer:innen als Unterstützung für eine Marke agieren können, wenn Kritik aufkommt. Gibt es Situationen, in denen die Verteidigung der Marke durch Influencer (Influencer Brand Defense, IBD) authentisch und glaubwürdig erscheint und somit einer Marke zugutekommt? Haben Influencer durch ihre Vorbildwirkung die Macht, ihre Follower:innen zur Markenverteidigung zu motivieren? Zur Beantwortung dieser Fragen wird im Rahmen dieser Masterarbeit empirisch vorgegangen.

5	<p>Labels im Femtech Marketing: Fluch oder Segen?¹</p> <p>Beschreibung Das Label Femtech ist ein neu geschaffener Begriff um Unternehmen zu bezeichnen, welche technische Lösungen für die Gesundheit von Frauen schaffen. Es wird sich davon eine bessere Sichtbarkeit von solchen Unternehmen erhofft. Tatsächlich können solche Labels helfen, auf Unternehmen und deren Dienstleistungen aufmerksam zu machen. Sie bergen aber auch die Gefahr, Unternehmen in einen Topf zu werfen und so abzustempeln. Diese Masterarbeit soll aufzeigen, wie Femtech Unternehmen dieses Label aktuell nutzen und welche Auswirkungen dieser Einsatz auf Ihren Erfolg hat. Um diese Frage zu beantworten ist eine empirische Untersuchung anhand von Crunchbase Daten vorgesehen.</p>
6	<p>Radical Innovation: Auf der Suche nach Erfolgsfaktoren¹</p> <p>Beschreibung Radikale Innovationen werden als wichtige Erfolgstreiber für Unternehmen bezeichnet. So soll denn die Unternehmensstrategie auch explizit auf solche Innovationen ausgerichtet werden. Wie diese Art von Innovationen gefördert werden kann und welchen Beitrag an den Unternehmenserfolg sie genau leisten ist aber oft nicht ganz klar. Diese Masterarbeit soll analysieren, welche Faktoren die Entstehung von radikalen Innovationen positiv beeinflussen und wie sich Unternehmen, die solche Innovationen umsetzen, von anderen Unternehmen punkto Erfolg unterscheiden. Um diese Frage zu beantworten ist eine empirische Untersuchung von Fortune 500 Unternehmen vorgesehen.</p>
7	<p>Risk as an indicator for genuine ESG practice?¹</p> <p>Beschreibung Verschiedene Studien belegen, dass Unternehmen mit hoher ESG Orientierung Unternehmensrisiken reduzieren können. Was aber genau ist ESG? Welche Rolle spielt dabei die Wahrnehmung der ESG Orientierung durch die verschiedenen Stakeholder und können durch die Beobachtung von Unternehmensrisiken Aussagen zur effektiven ESG Orientierung gemacht werden? Welches sind geeignete Arten der Risiko- und ESG Messung? Diesen und weiteren Fragen in diesem Themenbereich soll mittels quantitativer Analyse auf den Grund gegangen werden.</p>
8	<p>Next Unicorn – Messung der Outperformance von StartUps/Disruptoren¹</p> <p>Beschreibung Wie wird Outperformance gemessen und extremes Wachstum frühzeitig erkannt? Mit welchen Tools und Merkmalen werden Unternehmen von Venture Capitalists bewertet im Rahmen einer Finanzierungsrunde oder IPO. Im Rahmen dieser Masterarbeit soll eine Bestandsaufnahme in Theorie und Praxis erfolgen. Weiter sollen die Top Wachstumsunternehmen beurteilt werden und eine Auswertung von Crunchbase Daten erfolgen. Programmierkenntnisse von Vorteil (z.B. Python, R- Studio oder SQL).</p>
9	<p>Who are the NFT traders, and what motivates them?¹</p> <p>Beschreibung Investigating the NFT Trading Intensity: Who are the NFT traders, and what motivates them? This master's thesis explores the demographics and motivations of NFT traders within the context of NFT trading intensity. It provides critical insights for businesses and researchers navigating the dynamic NFT market. By understanding these characteristics, brands can refine their NFT strategies, while researchers can uncover valuable data on the NFT trader population concerning trading intensity. The research</p>

also delves into key determinants, including rarity, creator reputation, platform popularity, and market sentiment, to decipher their role in shaping NFT trading behavior and influencing market dynamics with a focus on trading intensity.

10

Exploring the Transformative Effects of Generative AI on the Creator Economy: Implications, Challenges, and Opportunities¹

Beschreibung

This masterthesis focuses on examining the effects of Generative AI on the creator economy, specifically in relation to the uniqueness of content. It seeks to explore how the use of Generative AI technologies influences marketing strategies, content creation processes, and audience engagement, and the resulting implications for uniqueness within the creator economy. The master thesis will investigate whether Generative AI enhances or diminishes uniqueness in content and how the audience reacts. The questions should be analyzed through a literature review and an online experiment.

11

Online Reviews: Welche Rolle spielt unsere Identität und eine allfällige Selbstdiskrepanz beim Schreiben von Reviews?¹

Beschreibung

Selbstdiskrepanz entsteht, wenn sich eine Person nicht so erlebt, wie sie sein möchte. Das wiederum kann weitreichende Konsequenzen für das Verhalten dieser Person haben - beispielsweise welche Produkte und Marken sie konsumiert und wie sie darüber spricht. Im Rahmen eines online Experiments und einer einfachen Textanalyse soll untersucht werden, inwiefern eine wahrgenommene Selbstdiskrepanz die Beurteilung und den Schreibstil in Online Reviews beeinflusst.

12

Digitale Empathie: Wie empathisch sollen Chatbots sein?¹

Beschreibung

Zahlreiche Studien belegen die Relevanz zwischenmenschlicher und emotionaler Interaktionsprozesse im Kundenservice. Erlebnisse mit Mitarbeitenden, die authentisch und mitfühlend agieren, können die Kundenloyalität wesentlich beeinflussen. Die Interaktionen zwischen Unternehmen und Kund:innen laufen aber immer häufiger automatisiert ab - via Conversational Interfaces wie Chatbots. Wie gestaltet man unter diesen Bedingungen einen empathischen Kundenservice? Wieviel und welche Art von Empathie ist in der Interaktion mit Chatbots zielführend? Diesen und ähnlichen Fragen soll im Rahmen einer Literaturanalyse und einem online Experiment auf den Grund gegangen werden.

¹ Forschungsseminar vorausgesetzt

² Deutschkenntnisse vorausgesetzt