



^b
**UNIVERSITÄT
BERN**

Wirtschafts- und
Sozialwissenschaftliche
Fakultät

Institut für Marketing und
Unternehmensführung

Abteilung Marketing

Forschungsorientierte Masterarbeiten

Themenausschreibung FS 2023

Ausgangslage und Vorgehen

Falls Sie eine forschungsorientierte Masterarbeit am Institut für Marketing und Unternehmensführung im Frühjahrsemester 2023 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

Auf Anfrage können Sie sich auf ein Thema per E-Mail bewerben. Bitte beachten Sie, dass eine Zuteilung nicht garantiert ist, da das Semester bereits begonnen hat. Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an an Thomas Plociennik (thomas.plociennik@unibe.ch). Jede Anmeldeungs-E-Mail enthält folgende 3 Dateien, welche wie nachfolgend benannt werden müssen:

Betreff der E-Mail: **MA_Name_Vorname_Thema**

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.

Themen

1	NFTs und Metaverse¹
Beschreibung	Wie werden digitale Produkte von Konsument:innen genutzt? Welche Erfolgsfaktoren gibt es für Marken im Metaverse? Vorgesehen ist eine empirische Vorgehensweise
2	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 gibt, um Kinder zu schützen und welche Auswirkungen diese Optionen auf Influencer und Marke haben.
3	Die dunkle Triade der Markenpersönlichkeit¹
Beschreibung	Neuere Forschung zeigt, dass die dunkle Triade aus der Persönlichkeitspsychologie auch auf Marken angewandt werden kann. Diese Masterarbeit soll mittels eigener Empirie aufzeigen, welche Auswirkungen eine solche dunkle Markenpersönlichkeit auf Konsumierende und die Marke hat.
4	vergeben
Beschreibung	-
5	vergeben
Beschreibung	-
6	"NEW iPhone LEAK reveals five stunning features" - Leaks zu neuen Produkten/Services und deren Einfluss auf den Erfolg des Launches
Beschreibung	Vor allem in der Techindustrie kommen Produkt Leaks inzwischen sehr häufig vor. In der Schweiz war bspw. Digitec von einem Leak betroffen als im Vorfeld zum BlackFriday 19 eine Liste mit allen Schnäppchen publik wurde. Solche Leaks können einen grossen "Buzz" kreieren - wohingegen die eigentliche Produktankündigung etwas untergehen kann. Zudem stellt sich jeweils die Frage, inwieweit ein Leak glaubwürdig ist bzw. womöglich sogar heimlich vom Unternehmen selbst inszeniert wurde. Im Rahmen dieser Masterarbeit soll der Frage nachgegangen werden, inwiefern solche Leaks für Unternehmen vorteilhaft sein können?
7	vergeben
Beschreibung	-
8	Disruptive Innovation: Hybrid Response Strategies of incumbents²
Beschreibung	In the context of disruptive innovation, established companies rely on hybrid response strategies to compete in the market. The aim of the master thesis is to analyze and cluster these strategies in more detail. A stocktaking in theory and practice will be done in the area of the automotive market and existing interviews will be evaluated and further data (registrations, annual report) should be analyzed. Notice: All interviews are in German.

9	Next Unicorn – Messung der Outperformance von Start
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)
10	vergeben
Beschreibung	-
11	Success factors in the metaverse (ENG/DE) ¹
Beschreibung	Technology giants like Meta and Twitter are planning to incorporate blockchain technology into their social platforms, games, and emerging metaverse. What are the success factors in metaverse, and which brands use the metaverse (e.g., in combination with NFT projects)?
12	Using NFTs in Customer-Brand Relationship Management: When and how Should Brands Cooperate with External NFT-Communities? (ENG/DE) ¹
Beschreibung	Brands increasingly start their own NFT projects and collections to strengthen their innovative brand image and enhance customer-brand relationships. While in some projects, brands design and implement their NFT projects without external NFT communities, other brands cooperate with external community partners to strengthen their own projects. This master thesis should analyze the basic arguments brands should use when making this strategic decision. Based on expert interviews and real-life case studies, a conceptual framework that identifies the key dimensions, influencing factors, and success implications in the cooperation strategy of NFT projects should be developed.
13	Echte und künstliche Empathie in der Interaktion zwischen Kund:innen und Unternehmen (ENG/DE) ¹
Beschreibung	Empathie spielt in der Interaktion zwischen Kund:innen und Unternehmen eine zentrale Rolle. Erlebnisse mit Mitarbeitenden, die authentisch und mitfühlend agieren, können die Kundenloyalität wesentlich beeinflussen. Doch wie gestaltet man einen empathischen Kundenservice? Welche Möglichkeiten gibt es menschliches Mitgefühl und künstliche Intelligenz in der Kundeninteraktion zu kombinieren? Diesen oder ähnlichen Fragen soll im Rahmen einer Literaturanalyse und einem Online Experiment auf den Grund gegangen werden.

¹ Forschungsseminar wünschenswert

² Deutschkenntnisse vorausgesetzt

(ENG/DE) = Die Arbeit kann entweder auf Englisch oder Deutsch verfasst werden