

Bachelorarbeiten am Lehrstuhl für Marketing Strategy und Performance (Prof. Simone Wies, Ph.D.) werden über das QIS System zugeteilt.

Es werden keine Abschlussarbeitsplätze außerhalb des zentralen Vergabeverfahrens vergeben!

Sobald uns die Ergebnisse der Zuteilung für die Bachelorarbeit vorliegen, melden wir uns bei den Studierenden mit einem Termin für eine Kick-Off-Veranstaltung in der alle relevanten Informationen bzgl. Themenvergabe, Formalia und Ablauf besprochen werden.

Bitte beachten Sie vorab für die Wahl Ihres Bachelorarbeitsplatzes:

Die Bachelorarbeiten sind empirisch und erfordern das Analysieren eines selbst zusammengestellten Datensatzes. Es wird daher empfohlen, Erfahrung mit statistischer Software (z.B. R und Python) zu haben. Die Arbeiten am Lehrstuhl werden auf Englisch verfasst.

Die Themen entsprechen dem Forschungsgebiet des Lehrstuhls und umfassen

- die finanziellen Auswirkungen von Marketingstrategie
- die Dynamik von Finanzierungsentscheidungen auf die Marketingstrategie
- den Investitionscharakter von Marketinginvestitionen und Marketing Assets
- die Finanzierung von Marketingstrategien
- das strategische Innovationsmanagement

Bachelor theses at the Chair of Marketing Strategy and Performance (Prof. Simone Wies, Ph.D.) are allocated through the QIS system.

No bachelor thesis will be allocated outside the QIS system.

As soon as we receive the results of the allocation for the bachelor thesis, we will contact the students with an appointment for a kick-off event in which all relevant information regarding topic allocation, formalities and procedure will be discussed.

Please note in advance for the choice of your bachelor thesis:

The theses are empirical in nature, requiring assembling, managing, and analyzing a unique data set. It is therefore recommended to have experience with statistical software (e.g., R and Python). Please also note that the theses are written in English.

The topics match the research focus of the chair and include

- the financial implications of marketing strategy phenomena
- the dynamics of financing choices on marketing strategy
- the investment character of marketing investments and marketing assets
- the funding of marketing strategies
- strategic innovation management