

Themenliste fertiggestellter, erstbetreuter Abschlussarbeiten

[Stand: Januar 2018, in zeitlicher Reihenfolge abnehmender Aktualität]

- Pharma-Online-Marketing - Erhöhung des Bekanntheitsgrads und der Verschreibungshäufigkeit von Medikamenten durch Online-Marketinginstrumente im Pharmamarketing
- Meinungsführer in Sozialen Netzwerken - Glaubwürdigkeit und Einfluß von YouTube-Meinungsführern im Bereich Kosmetik
- Product Placement-Rezeption im interkulturellen Vergleich zwischen Deutschland und China: eine empirische Studie
- Nachhaltige Gütesiegel - Wie groß ist das Wissen der Verbraucher über die Standards des Fairtrade-Gütesiegels?
- Markenauthentizität und Markenherkunft als Einflußfaktoren erfolgreicher Markenführung – analysiert am Beispiel der chinesischen Erfolgsmarke Wanglaoji
- Gestaltung immaterieller Anreize zur Bindung hochqualifizierter Mitarbeiter in deutschen Unternehmen in China
- Wirkungskontrolle des internationalen Hochschulmarketing der WHZ unter besonderer Berücksichtigung der Customer Journey und Studienzufriedenheit ausländischer Studierender
- Wahrnehmung deutscher Marken in Brasilien
- Wirkungsanalyse ausgewählter Online-Marketing-Werkzeuge für Unternehmen am Beispiel des Mode-Start-up Andox
- Optimierung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung auf Basis der Analyse von Lieferantenbewertungen - Untersuchung für die Firma Hertel GmbH Dresden am Beispiel des Kunden Wacker Chemie AG Nünchritz
- Ertragsoptimierung durch Variation im Dienstleistungsprogramm und nachfrageorientierte Preisgestaltung im Veranstaltungsverkauf am Beispiel der Konferenzzentren des Arabellaeventparks
- Verbesserung der Kundenzufriedenheit durch Optimierung des Beschwerdemanagementsprozesses
- Das Konzept der Positionierung im Rahmen der Entwicklung eines Marketing-Konzepts – analysiert am Beispiel der Jenoptik AG im Unternehmensbereich optische Systeme
- „Imagewirkung des Sportsponsorings am Beispiel der Partnerschaft der Deutschen Telekom AG und des FC Bayern München“
- Eventmarketing als Instrument der Kundenbindung am Beispiel der BMW Motorrad Days
- Konsumentenverhalten im Tourismus - Motive bei der Wahl eines Vertriebskanals
- Erstellung eines Maßnahmenkatalogs zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit im Betrieb Schweitenkirchen der OHG REWE Foodservice GmbH&Co
- Marketingkonzept für den Logistikstandort Regionaler Wachstumskern Frankfurt (Oder) / Eisenhüttenstadt
- Chancen und Risiken der Markenführung in sozialen Netzwerken am Beispiel der MESSE ZWICKAU GmbH und Facebook
- Microsite-Konzeption zur Ansprache von Studieninteressenten für die Westsächsische Hochschule Zwickau
- Das zukunftsorientierte Bankmarketing - Eine empirische Untersuchung mit Fokus auf die Vertriebsanforderungen der Zielgruppe 50+
- Der Einsatz von Social Media zur Optimierung des touristischen Vermarktungsprozesses für das Unternehmen des Tourismusregion Zwickau e.V.
- Suchmaschinenoptimierung (SEO) - Maßnahmenvorschläge zur Neukundengewinnung für die Firma Santiago Exchange
- Mobile Tagging in Deutschland - Evaluation der Attraktivität von QR-Codes
- Sportsponsoring als Kommunikationsinstrument am Beispiel des Rallyesports

- Affiliate Marketing - Analyse der Möglichkeiten zur Akquise von potenziellen Affiliate-Partnern basierend auf Experteninterviews
- Kundenkommunikation mit Weblogs
- ebay als zusätzlicher Absatzkanal zur Kundenakquisition und Kundenbindung im Multi-Channel-Marketing am Beispiel der Cyberport GmbH
- Chancen und Risiken der TV-Werbeformen für Unternehmen und Fernsehmarkt - Ein Vergleich von klassischer Fernsehwerbung und Programmsponsoring
- Analyse der Betriebsformenstrukturen im Drogerieartikelwesen in Deutschland und Frankreich und resultierende Marktpotenziale für Betriebstypeninnovationen
- Informationsökonomie - Analyse und Bewertung der Öko-Positionierung von Energieprodukten unter den Aspekten der Glaubwürdigkeit, Einsetzbarkeit und unter Beachtung von Öko-Siegeln
- Wissensmanagement im Zuge der Implementierung von Service-Differenzierung in UK
- Kundenverwirrung aufgrund der Vielfalt an Preismodellen im deutschen Mobilfunkmarkt
- Analyse des Sponsorings von Einzelsportlern in Krisensituationen - am Fallbeispiel Martin Schmidt und Eldrick "Tiger" Woods
- Die deutsche Tonträgerindustrie - Veränderungen bei der Vermarktung von Musik durch die Digitalisierung - Chancen und Risiken
- Interkulturelles Markenmanagement in China - Besonderheiten des Brandings und der Kommunikation
- Chancen und Risiken der Augmented Reality aus marketinginstrumenteller Sicht am Beispiel der Entwicklung einer virtuellen Anprobe
- SWOT-Analyse für das Biotechnologie-Spin-off PoreGenic auf Grundlage einer Markt- und Konkurrenzanalyse
- Die Zwickauer Hauptstraße - Konzeption und Realisierungsansätze eines Marketingplanes zur Revitalisierung einer innerstädtischen Geschäftsstraße
- Rollenbilder der Frau im Wandel - Geschichtliche, sozialwissenschaftliche und interkulturelle Determinanten und daraus resultierende geschlechtsspezifische Ansätze für das Marketing
- Darstellung und Anwendung der Branchenstrukturanalyse nach Porter am Beispiel der Wasserkraft innerhalb der Erneuerbaren Energien
- Kundenbindung bei der Kahla/Thüringen Porzellan GmbH - Potentialanalyse für einen Kundenclub und Entwicklung erster Konzeptvorschläge
- Zufriedenheit im Jugendtourismus - eine empirische Untersuchung der Jugendtours GmbH
- Einfluß des kulturell geprägten weiblichen Schönheitsideals auf Werbung - Vergleichende Analyse von Kosmetikwerbung in Frauenzeitschriften aus Deutschland und Taiwan
- Die Markenentwicklung, -implementierung und -erfolgskontrolle im Stadtmarketing - untersucht am Beispiel der andalusischen Gemeinde Alanis
- Co-Branding - Darstellung und Analyse eines innovativen markenpolitischen Instrumentariums
- Patientenzufriedenheitsanalyse für eine Allgemeinarztpraxis in der Stadt Plauen - Darstellung und Auswertung der Ergebnisse sowie Ableitungen von Handlungsempfehlungen zur Steigerung der Patientenzufriedenheit durch wirksame Marketing-Maßnahmen
- Ansatz für ein Neuproduktkonzept einer solartextilen Membrankonstruktion auf Photovoltaik-Basis für die Golle Zelte & Planen GmbH
- Die Reduzierung von Unsicherheit bei Online-Kaufprozessen durch den Einsatz von Gütesiegeln - Eine empirische Untersuchung der Onlinekaufgewohnheiten von Endkunden im Alter von 20-60 Jahren unter besonderer Berücksichtigung des Einsatzes, der Wahrnehmung und der Bedeutung von Gütesiegeln in Onlineshops
- Markenführung von Herstellermarken im Spannungsfeld des vertikalen Marketings untersucht am Beispiel ausgewählter Marken der Molkereiindustrie
- Ansätze für eine Social Media Strategie für die jugendliche Zielgruppe eines Bildungsträgers am Beispiel der VW Bildungsinstitut GmbH

- Wohnungsanbieter in Sachsen - eine Erhebung zur Verkaufsstärke und Kundenorientierung mittels Mystery Shopping
- Mystery Shopping als Kontrollinstrument im Franchising - Konzipierung und Durchführung am Beispiel der italienischen Modehandelskette Nuna lie
- Marketing für Programme zur Berufsorientierung von Jugendlichen - Strategische Analyse und Entwicklung von Ansätzen für eine Marketing-Konzeption am Beispiel des Berufsorientierungscamps des STZ Zwickau
- Touristisches Potential der Region Zwickau als Destination für den britischen Tourismusmarkt
- Konzeption eines Leitfadens zur Optimierung des Suchmaschinenmarketings am Beispiel www.simplic.de
- Gleichwertig aber nicht gleich - Entwicklung Diversity-orientierter Handlungsimpulse im klassischen Marketing-Mix anhand ausgewählter Zielgruppen
- Produktstudie Siclock" - Anforderungen für eine weltweite Vermarktung unter Berücksichtigung der länderspezifischen Ausprägungen
- Erarbeitung eines Business Cases als Grundlage einer wirtschaftlichen Entscheidungsfindung zur Einführung eines neuen Produktes am Markt für einen regionalen Carrier
- Marketingansätze für alternative Antriebsmethoden in Nutzfahrzeugen bei der MAN-Nutzfahrzeuge AG
- Onlinemarketing für Touristen in ausgewählten chinesischen Metropolen und deren Wirkung auf deutsche Interessenten
- Die Bedeutung des Markenimage für die Kaufentscheidung des Konsumenten - eine Studie zum Markenimage von Puma, speziell für Puma Motorsport
- Image- und Marktstandanalyse für den Wochenspiegel Chemnitz und Ableitung strategischer Handlungsempfehlungen
- Entwicklung einer Marketing-Strategie für den Vertrieb von Baustatiksoftware in Irland
- Kundenclubs als Instrument der emotionalen Kundenbindung in Kulturbetrieben - Konzeptionelle Grundlagen zur Gründung eines Besucherclubs für den Alten Gasometer e.V.
- Guerilla Marketing - auch für erklärungsbedürftige Produkte eine Chance
- Vermarktung eines internetbasierten Umfragetools
- Programmsponsoring
- Marketingkonzeption für die Wohnungsbaugesellschaft Selb mbH
- Qualitätszeichen im Lebensmittelbereich - Eine Untersuchung der Akzeptanz dargestellt am Hygiene-Paß in der Stadt Zwickau
- Entwicklung einer Imageanzeige am Beispiel des Industriegüterherstellers Horn Glass Industries AG für relevante Mitglieder des Buying Centers
- Corporate Identity für Schulen - Weiterentwicklung des CI-Ansatzes für das Gymnasium Finow, Eberswalde
- Marktanalyse und Entwicklung von Vorschlägen für die Marketingkonzeption eines klassischen Musikensembles am Beispiel der taiwanesischen Gruppe "Formosa Li"
- Standortfaktor Arena Leipzig – Empirische Erhebung zur Betreibung einer Mehrzweckhalle
- Entwicklung, Einführung und Vermarktung eines Produkts für die Gasversorgung Görlitz GmbH auf Basis einer Analyse der Kundenstruktur und des Marktes
- Marketing-Konzept für Seniorenheime zur Gewinnung von neuen Kundensegmenten am Beispiel vom Reha-Sport
- Strategien zur Marktbearbeitung eines Unternehmens der Haustechnikbranche am Beispiel der Glen Dimplex Deutschland GmbH, Geschäftsbereich Dimplex
- Touristisches Potential von China als Destination für den deutschen Tourismusmarkt - Angebotsanalyse ausgewählter deutscher Reiseveranstalter
- Analyse und Optimierung der Markt- und Vertriebsstrategie der kubit GmbH in Großbritannien
- Wirkungsuntersuchung von Marketing-Events am Beispiel der 40. Europäischen Forstlichen Nordischen Ski-Wettkämpfe

- Nachhaltigkeitsmarketing im wissenschaftlichen Diskurs - Möglichkeiten und Grenzen eines neuen Marketingverständnisses
- Gewinnspiele als Marketinginstrument für Massenmedien - unter besonderer Berücksichtigung des Nutzens für den Sponsor
- Konzeptionelle Grundlagen für den Aufbau eines Online-Versandhandels im Premium- und Luxusmarkt für Heimtextilien
- Eine empirische Studie zur Einschätzung der Qualität der Ersthelfer-Ausbildung in Betrieben im Auftrag des DRK Kreisverband Stollberg e.V.
- Entwicklung und Aufbau eines Leitfadens für die Erstellung integrierter Marketingkonzepte im Rahmen des genoss. Förderauftrages für Betriebe des Bäcker- und Konditoren-Handwerks - untersucht und dargestellt am Beispiel der BÄKO Ost e.G.
- Strategische Marketing-Diagnose und Ansätze einer Marketing-Konzeption für die Lufttechnik Bayreuth GmbH
- Marktanalyse für das Flugzeugbe- und entladesystem der HABAS Innovation GmbH
- Imageanalyse der Westsächsischen Hochschule Zwickau - eine empirische Untersuchung unter Unternehmen der Region Südwestsachsen
- Untersuchung der Nutzenerschließung mit Hilfe der papiergestützten Gebrauchsanleitung am Beispiel einer Digitalkamera
- Online-Recruiting der Deutschen Bank im chinesischen Markt - Empfehlungen für die Entwicklung einer Karrierewebsite für chinesische Hochschulabsolventen
- Entwicklung einer Vertriebskonzeption für das Produkt Spandor der Werbetechnik & Metallbau Schmidt
- Strategische Allianzen zwischen Kongreßzentren am Beispiel der Seven Centers und der Congreß-Allianz
- Herausforderungen der Markenintegration bei M&A
- Marketing-Konzept für den Stadtmarketing-Dachverband Plauen e.V.
- Akquisition chinesischer Investoren für den Wirtschaftsstandort Köln - Konzeption einer Informationsveranstaltung und Auswahl eines dafür geeigneten Orts in China
- Stadtmarketing in Radeburg - Ist-Analyse und Ableitung von Handlungsvorschlägen
- Die Nutzung von Loyalitätsprogrammen im Rahmen des Direktmarketings zur kurzfristigen Absatzsteigerung am Bsp. Der Kundenkarte der Praktiker Bau- und Heimwerker AG
- Marktanalyse und Konzeptentwicklung für ein Messelogistik-Paket der Kühne & Nagel AG für skandinavische Messen
- Entwicklung einer Produktstrategie für Hybridantriebe des Segments SL der ZF Friedrichshafen AG
- Entwicklung einer Markteintrittsstrategie im Zielland China für die Firma CF Wddding & Travel im Bereich Incoming Service
- Entwicklung von Marketing-Ansätzen zur Etablierung von Erdgasfahrzeugen für die Stadtwerke Glauchau GmbH
- Marketing für Architekten in der Zielgruppe 50+
- Marktanalyse und Ansätze zur Marktbearbeitung für mittelständige deutsche Ingenieurbüros in den EU-Beitritts- und Kandidatenländern Mittel- und Osteuropas am Beispiel der Consulting und Engineering GmbH Chemnitz
- Erstellung einer Marketing-Konzeption für technische Me-too-Produkte am Beispiel solarthermischer Anlagen unter besonderer Berücksichtigung des Motiv-Emotions-Systems
- Marktanalyse für die Kjellberg Finsterwalde Elektroden und Maschinen GmbH in den USA
- Vergleichende Länderbewertung zur Vorbereitung der Markteintrittsentscheidung von Hess Natur im Sortimentsbereich natürlicher Babybekleidung für die Ländermärkte Niederlande und Großbritannien

- Analyse des Kommunikationsinstrumentes Webauftritt und Entwicklung eines konzeptionellen Entwurfs für eine zielgruppendifferenzierte Kommunikation für die Westsächsische Hochschule Zwickau
- Werbewirksamkeit untersucht am Beispiel von Villeroy & Boch in Großbritannien
- Entwicklung einer Marketing-Konzeption für den Aufbauernstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen
- Entwicklung von Ansätzen einer internetbasierten Studienberatung für die WHZ auf Basis einer empirischen Analyse
- Analyse des Konsumentenverhaltens in Plovdiv und Belgrad in Hinblick auf die Messung der Marktbarriere "Kundenpräferenz" für deutsche Milch- und Fleischprodukte
- Werbeakzeptanz und Werbewirkung bei Werbung für Kinder
- Entwicklung eines Tourismus-Konzepts für die Verwaltungsgemeinschaft Raschau, Markersbach und Pöhla
- Relocation-Service - Eine qualitative Marktanalyse im Großraum Barcelona
- Entwicklung eines Konzeptes zur Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit der Stadtwerke Bernburg GmbH
- Entwurf einer geeigneten Organisationsstruktur für die markt-orientierte Gestaltung und Entwicklung des Produkt-Portfolios im Software- Unternehmen Friedrich & Lochner GmbH im Spannungsfeld zwischen Entwicklung und Vermarktung.
- Analyse der Marktpotentiale für eine mechanische Gastrennungszentrifuge in ausgewählten Bereichen der Motorenherstellung - unter Beachtung des Made-In-Images
- Die Entwicklung touristischer Angebote und die Gewinnung von Mitgliedern als Ansatzpunkte für das Marketing des Tourismusverein "Zwischen Muldental und Erzgebirge" des Landkreises Chemnitzer Land
- Markenbekanntheit, Markenverwendung und Markenbild - eine empirische Analyse für die Marke Filinchen der Weißenfelder Handels GmbH
- Ansätze einer Marketing-Konzeption zur Erschließung des polnischen Marktes für das Institut für Baustoffe und Umwelt GmbH & Co KG
- Strategische Marketingdiagnose und Entwicklung einer Marketingkonzeption für den Flugplatz Altenburg-Nobitz
- Kundenzufriedenheit und Kundenbindung jugendlicher Sparkassenkunden - Ableitung eines Maßnahmenkatalogs für die Sparkasse Stollberg
- Kundenbindung durch erlaubten elektronischen Dialog - Strategien und Perspektiven für den Einsatz von e-mail-Newslettern als Kundenbindungsinstrument
- Analyse der Kommunikationssituation und Ableitung von Handlungsempfehlungen für den Bereich Eventkommunikation des sächsischen Hörfunksenders Hit-Radio Antenne Sachsen
- Die Ausrichtung des Internationalen Marketing im Hinblick auf die EU-Osterweiterung für Unternehmen im Bundesland Sachsen
- Marktanalyse in ausgeählten südamerikanischen Märkten für einen sächsischen Industrieofenbauer
- Konzeption zur Akzeptanzsteigerung von Niederflurstadtbussen der ZF Passau GmbH
- Akzeptanz von IT-Sicherheitsdienstleistungen unter Energieversorgern
- Entwicklung einer Marketing-Konzeption für die Geschäftsidee Photorunner
- Kundengewinnung und -bindung privater Krankenversicherungen unter besonderer Berücksichtigung gesundheitspolitischer Rahmenbedingungen
- Kundenbindung als strategisches Marketingziel von Banken unter besonderer Berücksichtigung des Multikanalvertriebs mit Schwerpunkt Online-Banking
- Strategische Marketingdiagnose und Entwicklung einer Marketingkonzeption für den Produktbereich Treib- und Nukleierungsmittel der Clariant Masterbatch GmbH & Co KG