



**BusinessSCHOOL Berlin**  
Hochschule für Management



BSP Business School Berlin Hochschule für Management GmbH  
Calandrellistr. 1-9 • D-12247 Berlin

12.09.2020

## **BACHELOR- UND MASTER-THESIS BEI PROF. DR. CHRISTIAN WISSING**

### **Grundsätzliches**

1. Mit der Kontaktaufnahme wird die Zusendung eines Kurz-Exposés erbeten.
2. Empirische Arbeiten mit quantitativem Forschungsdesign werden präferiert. Qualitative Arbeiten werden nur bei expliziter Eignung (in Ausnahmefällen) betreut.
3. Zumeist ist eine Konzentration der Thesis auf eine bestimmte Branche sinnvoll. Grundsätzlich werden alle Branchen akzeptiert (soweit im Kompetenzbereich liegend).
4. Es werden Studierende aller Fachrichtungen der BSP – Business School Berlin und MSB – Medical School Berlin betreut (soweit Kapazitäten vorhanden).

### **Kurz-Exposé**

1. Das Kurz-Exposé ist die Vorstufe des eigentlichen Exposés. Es dient der effizienten inhaltlichen und methodischen Verständigung.
2. Umfang: Drei Seiten (max.)
3. Inhalt: Abriss der Problemstellung der Arbeit; Ableitung der Hypothesen/Forschungsfragen, Skizze der geplanten Erhebungsmethode; Grobe Zeitplanung der Thesis

### **Themenfeld 1: Digitales Marketing**

- Digital Behavior
  - Digital Nudging im eCommerce und Plattformmarketing (Fokus auf Heuristics-and-Biases-Programm und Prospect-Theory)
  - Anwendung/Vertiefung von Journey Konzepten für ausgewählte Branchen/Aufgaben (inbes. Digital Health, Social Marketing, Public Marketing)
- Neuere Technologien für Marketing Operations
  - Einsatz von Sprachassistenten, Voice Apps, Bots und Voice SEO (Fokus auf Szenarien/UseCases für ausgewählte Branchen/Aufgaben)
  - Einsatz von künstlicher Intelligenz (Fokus auf Chancen/Risiken und UseCases/ UserJourneys für ausgewählte Marketingaufgaben)



**BusinessSCHOOL Berlin**  
Hochschule für Management



## Themenfeld 2: Dienstleistungsmarketing

- Leistungspolitik
  - Service Innovation (Fokus auf Experiencedesign (Verfahren, Techniken, Evaluation))
  - Digitalisierung von Serviceportfolios und -produkten (Fokus auf Organisation und Implementierung)
- Vertriebspolitik
  - Digitalisierung von Vertriebsprozessen und Distributionskanälen (Fokus auf Innovation und Smart Technologies)
- Service Operations
  - Vertrauensbildung und -rückgewinnung bei Serviceanbietern (Fokus: Gestaltung von Trustsystems oder persönlicher Kommunikation)
  - Agile Marketing Operations

## Themenfeld 3: Strategisches Marketing

- Plattformmarketing:
  - Strategien/Konzepte des Plattformaufbaus (Fokus: Erreichung/Stabilisierung einer kritischen (Nutzer-)Masse)
  - Ansätze/Verfahren der Kuration in ausgewählten Branchen (Fokus: Gestaltung von Plattform-Nachfrager-Beziehungen)
  - Strategien der Beziehungsgestaltung (Fokus: Gestaltung von Plattform-Anbieter-Beziehungen)
- Business Development
  - Strategien des Service Business Development (Fokus: Entwicklungsmethoden/-techniken mit Eignung für VUCA-Umwelt)