

## Betreute Wissenschaftliche Arbeiten

Stand: Dez.18

Jahr	Arbeit	Autor	Titel der Arbeit
2018	Habilitation	Marion Garaus	Information Processing Limitations in Consumption Situations
2007	Habilitation	Claus Ebster	Aspekte des Kaufverhaltens am Point of Sale
2006	Habilitation	Katharina Srnka	Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der Marketingforschung: Ein Beitrag zur Theorieentwicklung in der Betriebswirtschaftslehre
2001	Habilitation	Heribert Reisinger	Ausgewählte Fragen des quantitativen Marketing-Management
2000	Habilitation	Arthur Baldauf	Strategische Marketinganalyse unter besonderer Berücksichtigung der Verkaufsorganisation
2018	Dissertation (Betreuer)	Sandra Pauser	Charismatic Selling: Nonverbal Behaviors in Personal Selling
2016	Dissertation (Betreuer)	Elisabeth Wolfsteiner	Empirical Investigations of Ambush Marketing
2012	Dissertation (als Erstbegutachter)	Marion Garaus	Retail shopper confusion – The dark side of shopping experience
2009	Dissertation (als Erstbegutachter)	Sebastian Berger	Spotlight Viewer; Das Aufzeichnen von manuellen Zeigebewegungen als neues Verfahren zur impliziten Messung der Effektivität von Werbeanzeigen
2008	Dissertation (als Erstbegutachter)	Daniel Hoppe	Applications of Stochastic Models of Consumer Behavior
2004	Dissertation (als Erstbegutachter)	Reinhard Grohs	Die Wirkung von Sponsoring und Eventmarketing auf den Rezipienten
2000	Dissertation (als Erstbegutachter)	Katharina Srnka	Ethik im Marketing - Eine interkulturelle Betrachtung
1998	Dissertation (als Erstbegutachter)	Tonka Matosic (WU Wien)	Wertanalyse bei Dienstleistungen
1997	Dissertation (als Erstbegutachter)	Verena Priemer	Bundling als Instrument im Marketing
1995	Dissertation (als Erstbegutachter)	Arthur Baldauf (WU Wien)	Strategische Gruppen: Theoretische und empirische Überprüfung an Hand der österreichischen Bauindustrie
1999	Dissertation (als Zweitbegutachter)	Katja Meier	Psychologische Überlegungen zur Währungsumstellung – Bedrohung der österreichischen Identität?
1997	Dissertation (als Zweitbegutachter)	Gereon Friederes (WU Wien)	Die Nutzung der Produktherkunft zum Aufbau starker Marken in Osteuropa - Ein empirisches Projekt
1995	Dissertation (als Zweitbegutachter)	Heribert Reisinger (WU Wien)	Goodness-of-Fit-Maße in linearen Regressions- und Logit-Modellen und ihre Verwendung in der empirischen Marktforschung
2018	Masterarbeit	Olga Nestseretnaja	Der Einfluss von amodalen sensorischen Informationen auf Etiketten auf die Wahrnehmung des Produktes
2018	Masterarbeit	Sophie Strobl	Kulturelle Unterschiede beim Kaufverhalten nachhaltiger Lebensmittel - Ein Vergleich zwischen Österreich und Sri Lanka
2018	Masterarbeit	Andreas Zöchling	Kulturspezifische Unterschiede im Suchverhalten sowie der Aufmerksamkeit gegenüber Produkten am Supermarktregal zwischen chinesischen, israelischen und österreichischen Konsumenten
2018	Masterarbeit	Katrin Podogil	Herausarbeitung von Zusatzdienstleistungen von Pharmaunternehmen durch teilnehmende Beobachtung um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen

2018	Masterarbeit	Marcus Stiasny	Übertragen Konsumenten ihre Erfahrungen von einer Eigenmarke auf eine andere? Eine experimentelle Studie über mehrere Qualitätsstufen
2018	Masterarbeit	Kathrin Metzler	Empirische Studie über die Auswirkung inkongruenter v. kongruenter extrinsischer, sensorischer Stimuli von Produktverpackungen, auf die sensorische Produktevaluierung
2017	Masterarbeit	Berina Zatega	Produktpolitik - der Einsatz von fremden Schriften auf der Produktverpackung
2017	Masterarbeit	Andreas Graf	Private Label service brand extension: Negative spillover effects caused by service failure
2017	Masterarbeit	Katarina Bachner	Don't speak - an in-store segmentation of consumers based on their nonverbal behavior
2016	Masterarbeit	Anna-Maria Bäck	Einfluss von Media Multitasking auf die Botschafts- und Markenerinnerung
2015	Masterarbeit	Thomas Scheffl	DIE QUAL DER WAHL - Der Choice Overload Effekt
2015	Masterarbeit	Sandra Manzinger	Digital Signage am Point of Sale: Psychologische und verhaltensbezogene Wirkungen unterschiedlicher Inhaltsarten
2015	Masterarbeit	Lisa Eberhardsteiner	Online-Lebensmitteleinzelhandel - Eine Segmentierung von Online-Kunden und die Erforschung von Impulskäufen
2015	Masterarbeit	Veronika Kovar	Die Lücke im Supermarktregal - eine empirische Studie mittels der Methode des Eye-Trackings und Lauten Denkens
2014	Masterarbeit	Julia Nebel	Symbolische Bedeutung von Zahlen in zwei verschiedenen Kulturen - Eine Speisekartenstudie
2013	Magister-/Diplomarbeit	Christoph Hartl	Sponsoring und Ambush Marketing bei der EURO 2012
2013	Magister-/Diplomarbeit	Daniela Pröll	Preisfiguren in der Prospektwerbung: Aufmerksamkeit und Erinnerung im Fokus der Betrachtung
2013	Magister-/Diplomarbeit	Hannes Baumgartner	Effekte und Einflussfaktoren von Sponsoring und Ambush Marketing
2013	Magister-/Diplomarbeit	Lisa Maria Niehoff	Gamification, ein neuer Trend im Marketing
2013	Magister-/Diplomarbeit	Magdalena Zimprich	Suchlogik am Regal im Einzelhandel
2013	Magister-/Diplomarbeit	Marie-Christine Sabatky	Eye Tracking im Sponsoring und Ambush Marketing
2013	Magister-/Diplomarbeit	Mario Horvath	Die gemeinsame Wirkung von Werbung und Sponsoring auf die Markeneinstellung und das Markenimage
2012	Magister-/Diplomarbeit	Dominique Ibesich	"Sind Sie zufrieden?" - Ein Erklärungsmodell für die Steigerung der Kundenzufriedenheit durch zeitnahes Einfordern eines Kundenstatements
2011	Magister-/Diplomarbeit	Ulrike Eske	Kundentracking: Studie zum Bewegungsverhalten von Konsumenten in Geschäften des Lebensmitteleinzelhandels
2010	Magister-/Diplomarbeit	Elisabeth Wolfsteiner	Wahrnehmung von Ambush Marketing Strategien durch den Rezipienten
2009	Magister-/Diplomarbeit	Regina Steiner	Die Wirkung von Sponsoring auf Kinder am Beispiel Minopolis
2007	Magister-/Diplomarbeit	Eva Steininger	Emotionale Reaktionen auf die Darbietung von Musik
2007	Magister-/Diplomarbeit	Margarethe Haschka	Kundenzufriedenheitsanalysen im B2B-Bereich am Beispiel von einem Unternehmen der Schienenfahrzeugzulieferindustrie
2007	Magister-/Diplomarbeit	Martin Floimayr	Der Weiterbildungsmarkt in Österreich
2007	Magister-/Diplomarbeit	Michaela Boucek	Werbewirksamkeit von Online-Werbeformen
2006	Magister-/Diplomarbeit	Andrea Opperer	Maßnahmen zur Verbesserung des Image der ÖBB

2006	Magister-/Diplomarbeit	Anna Kulnig	Die Untersuchung des Umfeldeinflusses auf die Anzeigenwirkung unter Einbeziehung des Informationsinteresses am Beispiel Gratiszeitung
2006	Magister-/Diplomarbeit	Nina Hampf	Das Profit-Center-Konzept als Instrument zur Ergebnisverbesserung im Schieneninfrastrukturbetrieb am Beispiel der ÖBB-Infrastruktur Betrieb AG
2006	Magister-/Diplomarbeit	Sabine Kleinsasser	Preisendungen in Hotellerie und Gastronomie
2006	Magister-/Diplomarbeit	Thomas Ruzicka	Guerilla-Marketing, Eine empirische Untersuchung des österreichischen Marktes auf Ziele und Hintergründe des Guerilla Marketings
2005	Magister-/Diplomarbeit	Albert Wolfgang	Lässt sich Sympathie vortäuschen? Analyse verbaler und nonverbaler Kommunikation in Verkaufsgesprächen
2005	Magister-/Diplomarbeit	Margit Mader	Kooperationen von Finanzdienstleistungsunternehmen mit Forschungs- und Ausbildungsinstitutionen im wirtschaftlichen Bereich in Österreich
2005	Magister-/Diplomarbeit	Maria Heindler	Gender Effects on Advertising Perception and Information Processing in Males
2005	Magister-/Diplomarbeit	Marlene Neißl	Seniorengerechte Ladengestaltung – unter besonderer Berücksichtigung der Orientierung in Supermärkten
2005	Magister-/Diplomarbeit	Melisa Gibovic	Lässt sich Sympathie vortäuschen? Analyse verbaler und nonverbaler Kommunikation in Verkaufsgesprächen
2005	Magister-/Diplomarbeit	Nina Schneßl	Erlebnisorientierte Gestaltung des Dienstleistungsumfeldes: Ansatzpunkte zur Stärkung der Kundenbindung
2005	Magister-/Diplomarbeit	Peter Stepanek	Homosexuelle Männer als Zielgruppe des Marketings: Eine Untersuchung der Dimensionen des Lebensstils mittels Inhaltsanalyse
2004	Magister-/Diplomarbeit	Alexandra Schneider	Kulturelle Einflüsse auf Entscheidungsprozesse wirtschaftlicher Akteure: Österreich & Polen im Vergleich
2004	Magister-/Diplomarbeit	Barbara Loinger	Motive und zugrunde liegende Werte für den Konsum von Dienstleistungsangeboten im Fitness-Bereich
2004	Magister-/Diplomarbeit	Cora Bumberger	Die Wirkung der kontextbezogenen Verbundpräsentation auf die emotionale Produktbeurteilung
2004	Magister-/Diplomarbeit	Maria Helene Fuchs	Probanden in der empirischen Forschung: Studenten vs. tatsächlich interessierende Personengruppen
2004	Magister-/Diplomarbeit	Melanie Anderschitzky-Schenböck	Wirkung von Mund-zu-Mund Kommunikation im Rahmen des Elaboration-Likelihood-Modells
2004	Magister-/Diplomarbeit	Silvia Spreitzer	Industrial Market Segmentation: A Literature Review
2003	Magister-/Diplomarbeit	Deniese Neumüller	Kinder als Anreger von Impulskäufen
2003	Magister-/Diplomarbeit	Katharina Patschka	Wechselbarrieren als Instrument der Kundenbindung in der Telekommunikationsbranche
2003	Magister-/Diplomarbeit	Marina Hornasek	Das Electronic Customer Relationship Management als Kundenbindungselement auf der Basis von Web Mining
2003	Magister-/Diplomarbeit	Martina Probst	Customer Relationship Management, Kernelemente des CRM und Implementierungsansätze im österreichischen Mobilfunkbereich
2002	Magister-/Diplomarbeit	Heidi Thyri	Relevante Emotionen im Marketing
2002	Magister-/Diplomarbeit	Martin Jesser	Kunst- und Kultursponsoring
2002	Magister-/Diplomarbeit	Matthias Hauer	Positionierung von Wintersportgebieten am Beispiel von Kitzbühel

2002	Magister-/Diplomarbeit	Michaela Kraft	Marketing-Informationssysteme – Anforderungen an ein zeitgemäßes Marketing-Informationssystem in Theorie und Praxis
2002	Magister-/Diplomarbeit	Nadja Ulrich	Ethische Aspekte im Dienstleistungsmarketing – Theoretische Aufarbeitung und empirische Studie am Beispiel der Mobilfunkbranche in Österreich
2002	Magister-/Diplomarbeit	Nicole Ranharter	Werbung an Schulen: Untersuchung einer Anzahl von Faktoren auf deren Einfluss auf die Einstellung der SchülerInnen, Eltern und LehrerInnen
2002	Magister-/Diplomarbeit	Sabine Vsetecka	Die Bedeutung von Sponsoringzielen und deren Einflussgrößen am Beispiel der alpinen Ski WM 2001 in St. Anton am Arlberg
2002	Magister-/Diplomarbeit	Siegfried Weger	Risikoreduzierungsstrategien im Weinfachhandel
2002	Magister-/Diplomarbeit	Silvia Neumaier	Einsatz und Wirkung erotischer Reize in der Werbung zur emotionalen Differenzierung
2002	Magister-/Diplomarbeit	Sonja Fahrner	Segmentierung als Grundlage für die Einführung neuer Geschäftssysteme am Beispiel der Österreichischen Post AG
2001	Magister-/Diplomarbeit	Agnes Reinthaler	Der touristische Kaufentscheidungsprozess – Implikationen für das städtische Destinationsmarketing
2001	Magister-/Diplomarbeit	Christof Jordan	Marketing von Initial Public Offerings
2001	Magister-/Diplomarbeit	Eva Fuchsjäger	Das pharmazeutische Marketing nach dem Beitritt Österreichs zur europäischen Union unter Berücksichtigung der rechtlichen Änderungen und aktueller Trends
2001	Magister-/Diplomarbeit	Ingeborg Eckler	Spendenwesen und Fundraising in Österreich unter besonderer Berücksichtigung des Gratifikationsprinzips
2001	Magister-/Diplomarbeit	Judith Letz	Using the Service Star for Marketing the Launch of a New Service in a Business-to-Business Market: A Case Study of Alphabet (GB) Ltd.
2001	Magister-/Diplomarbeit	Kathrin Schiefer	Kinder und Jugendliche als Zielgruppe der Werbung: Wirksame Gestaltung von Werbebotschaften
2001	Magister-/Diplomarbeit	Michaela Leisch	Nachfragemacht im österreichischen Elektrohandel
2001	Magister-/Diplomarbeit	Thomas Butter	Politisches Marketing
2000	Magister-/Diplomarbeit	Alexander Sasyniuk	Ethik in der wissenschaftlichen Marketingforschung an österreichischen Universitäten
2000	Magister-/Diplomarbeit	Claudia Kornholz	Lebensstilforschung unter besonderer Berücksichtigung des Socio-Styles-Systems von Cathelat
2000	Magister-/Diplomarbeit	Erik Stadler	Preispsychologische Effekte der Währungsumstellung zum Euro am Beispiel des österreichischen Lebensmitteleinzelhandels
2000	Magister-/Diplomarbeit	Eva Holzer	Datengestütztes Profiling. Aufgaben, Modelle und Methoden im konsumentenzentrierten Marketing
2000	Magister-/Diplomarbeit	Klemens Gausterer	Analyse des Markenwechselerhaltens mittels Querschnittsdaten
2000	Magister-/Diplomarbeit	Madeleine Priesch	Data Warehouse und Analyseinstrumente – Grundlage einer kundenorientierten Unternehmenspolitik
2000	Magister-/Diplomarbeit	Martin Schwaiger	Analyse des Markenwertes in Österreich – Eine empirische Analyse österreichischer Markenartikler
2000	Magister-/Diplomarbeit	Martina Chalupa	Motivation zum Konsum von Dienstleistungen im Bereich Wellness
2000	Magister-/Diplomarbeit	Martina Karl	Einkaufsstättenimage – Theoretische Grundlagen und empirische Analyse. Dargestellt am Beispiel von Wal-Mart Deutschland
2000	Magister-/Diplomarbeit	Reinhold Russ	Der Einsatz quantitativer Methoden zur Unterstützung qualitativer Marktforschung anhand des Anwendungsfalles der Lauda Air Luftfahrt AG

2000	Magister-/Diplomarbeit	Robert Spieler	Product Placement: Wirkungsanalyse und innovativer Einsatz
1999	Magister-/Diplomarbeit	Alexandra Leitner	Die Motivationen von Jugendlichen zum Konsum von Markenartikeln
1999	Magister-/Diplomarbeit	Anna Pai	Die Relevanz von Scannerdaten für das Marketing im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel
1999	Magister-/Diplomarbeit	Doris Ullrich	Musik im Marketing – Theoretische Erkenntnisse über Musik und deren Anwendungen im Marketing
1999	Magister-/Diplomarbeit	Isabella Waldner	Fachliche Qualifikationen, Berufsaussichten und Tätigkeitsprofile von Absolventen eines Wirtschaftsstudiums mit internationaler Ausrichtung
1999	Magister-/Diplomarbeit	Jochen Lehner	Datengestütztes Profiling – ein Methodenvergleich
1999	Magister-/Diplomarbeit	Katja Krampera	Analyzing Impacts on Sales Force Management and Sales Force Design
1999	Magister-/Diplomarbeit	Markus Frischengruber	Virtuelle Konzepte im Marketing
1999	Magister-/Diplomarbeit	Markus Kakavis	Cross Cultural Negotiations
1999	Magister-/Diplomarbeit	Michaela Binder	Kommunikation in der Krise – Eine Untersuchung zur Krisen-PR in österreichischen Unternehmen
1999	Magister-/Diplomarbeit	Nicole Tell	Balanced Performance Measurement & Analytic Hierarchy Process
1999	Magister-/Diplomarbeit	Rafael Schwarz	Business-to-Business Marketing im Internet – Theoretische Konzepte des Investitionsgüter-Marketing und Implementierung eines Online-Marketing für die Abteilung Oberflächentechnologien der 3M Deutschland GmbH
1999	Magister-/Diplomarbeit	Reinhard Grohs	Die Untersuchung von Zufriedenheit mit Hilfe von multivariaten Analysemethoden bei der Lauda Air
1998	Magister-/Diplomarbeit	Alexandra Buhl	Theorie und Praxis von Marketing-Informationssystemen – eine Bestandsaufnahme der Situation in Österreich
1998	Magister-/Diplomarbeit	Bernadette Haßlinger	Der Einsatz heuristischer Methoden im Marketing
1998	Magister-/Diplomarbeit	Bettina Gocht	Das Konstrukt der Kundenzufriedenheit im Dienstleistungsmarketing angewandt am Beispiel der Lauda Air
1998	Magister-/Diplomarbeit	Constantin Cesnovar	Industriegüter-Marktforschung mit internationaler Ausrichtung, dargestellt anhand der Draurecycling
1998	Magister-/Diplomarbeit	Cornelia Lamprechter	Category Management – Delphi Studie
1998	Magister-/Diplomarbeit	Florian Horner	Non-Profit-Marketing am Beispiel der Wiener Amateurorchester und Amateurchöre
1998	Magister-/Diplomarbeit	Hans-Joachim Schmidhuber	Erstellung eines Unternehmenskonzeptes für das Salzburger Ausstellungszentrum unter Berücksichtigung der Einflüsse konkurrierender Ausstellungsorte
1998	Magister-/Diplomarbeit	Judith WIELTSCHNIG	Nutzungsverhaltensanalyse von Magazinen
1998	Magister-/Diplomarbeit	Katharina Egghart	Die Kundennähe der Austria Technologie und Systemtechnik AG
1998	Magister-/Diplomarbeit	Margareta Seiser	Die Bedeutung von Handelsmarken in Österreich
1998	Magister-/Diplomarbeit	Monika Rychli	Werbung im Internet - ein Überblick mit besonderer Berücksichtigung österreichischer User und österreichischer Dienstleistungsunternehmen in zwei empirischen Studien
1998	Magister-/Diplomarbeit	Natascha Frysak	Das Werbeplatkat in Österreich – Analyse der Bedeutung und der Erfolgsfaktoren des Plakats als Werbemittel in Österreich
1998	Magister-/Diplomarbeit	Stefan Platter	Die Schätzung von Übergangswahrscheinlichkeiten bei der Markenwahl mit Hilfe von Haushaltspaneldaten
1998	Magister-/Diplomarbeit	Susanna Thie	Telemedizin – Marktanalyse und Marketingkonzept für den Einsatz von Videokonferenzsystemen im medizinischen Bereich

1998	Magister-/Diplomarbeit	Sylvia Weißenbacher	Kontaktpunktanalyse – ein Instrument zur Messung und Gestaltung der Dienstleistungsqualität
1998	Magister-/Diplomarbeit	Thomas Exel	Entwicklung und Überprüfung eines neuen Firmennamens
1997	Magister-/Diplomarbeit	Elfirede Schibl	Strategische Allianzen
1997	Magister-/Diplomarbeit	Elmar Endlich	WU vs. BWZ: Eine Untersuchung der Motive hinter der Entscheidung zwischen den Studienorten
1997	Magister-/Diplomarbeit	Johannes Sautner	Die Neuproduktplanung mit Hilfe des Assessor-Modells
1997	Magister-/Diplomarbeit	Josef Gattinger	Farben im Marketing
1997	Magister-/Diplomarbeit	Katrin Müllner	Internationale Marketingstrategien aus der Sicht österreichischer Manager
1997	Magister-/Diplomarbeit	Marcus Puffer	Strategic Groups in the Austrian Machinery and Steel Construction Industries
1997	Magister-/Diplomarbeit	Martin Jeitler	Die Leistungen der Vertriebsorganisation Mediaprint, Morawa und PGV Salzburg
1997	Magister-/Diplomarbeit	Reinhard Lischka	Internationalisierung als Chance für den österreichischen Fußball? Eine Marktforschungsstudie unter den aktuellen Sponsoren der österreichischen Bundesliga
1997	Magister-/Diplomarbeit	Roland Punzengruber	Besonderheiten des Marketing in den ehemals sozialistischen Staaten Mittel- und Osteuropas
1996	Magister-/Diplomarbeit	Barbara Grasserbauer	Strategische Gruppen und Erfolgsfaktoren – eine Analyse der österreichischen Textilindustrie
1996	Magister-/Diplomarbeit	Bernhard Reisner	Differenzierungsansätze im Dienstleistungsmarketing, analysiert an Hand einer ausgewählten Branche
1996	Magister-/Diplomarbeit	Michaela Ponweiser	Total Quality Management im Dienstleistungsmarketing
1996	Magister-/Diplomarbeit	Nicolas Reinhart	Logit-Modelle mit GAUSS
1995	Magister-/Diplomarbeit	Dorothea Pfingstner	Kunstmarketing
1995	Magister-/Diplomarbeit	Franz Krapfenbauer	Franchising in Ungarn: Ein Gesamtkonzept unter besonderer Berücksichtigung der Standortwahl für einen ungarischen Kompositversicherer
1995	Magister-/Diplomarbeit	Johannes Deltl	Marketingkonzept der betrieblichen Weiterbildung für ausgewählte Tochterunternehmen der Siemens AG Österreich
1995	Magister-/Diplomarbeit	Katharina Srnka	Ethik im Marketing
1995	Magister-/Diplomarbeit	Margit Hofbauer	Bundling aus Praktikersicht. Eine Analyse von Expertengesprächen. Mit spezieller Berücksichtigung des Bereiches Freizeit und Sport
1994	Magister-/Diplomarbeit	Gerfried Steger	Einsatzmöglichkeiten von Bundling, untersucht an Fallbeispielen aus der Praxis und einer Konsumentenbefragung im Sportbereich
1993	Magister-/Diplomarbeit	Reinhard Herovits	Product Placement – Ein neues Instrument im Kommunikationsmix von Markenartikelherstellern
1992	Magister-/Diplomarbeit	Anton Nestraschil	Genetische Algorithmen zur Funktionsoptimierung im Vergleich zu anderen Optimierungsverfahren
1991	Magister-/Diplomarbeit	Thomas Leopoldseder	Produktions- und Lagerhaltungsplanung gezeigt am Beispiel der Firma EBENSEER Betonwerke Ges. m. b. H.
2015	Bachelorarbeit	Daniela Tantscher	Sensorisches Marketing: Theoretische Grundlagen und sensorische Informationen auf Produktverpackungen
2014	Bachelorarbeit	Clemens Weiss	Sound Symbolism - Wirkungspotenzial und Möglichkeiten zur Nutzung bei der Namensgestaltung
2014	Bachelorarbeit	Jutta Troxler	Theoretische Erkenntnisse von Blindverkostungen und deren Anwendung an einer empirischen Studie mit Schokolade
2014	Bachelorarbeit	Christiana Teufl	Zahlungsbereitschaft von Konsumenten - im speziellen bei Lebensmitteln

2014	Bachelorarbeit	Christoph Daniel Schebsdat	Produktkategorisierungen aus der Sicht von Herstellern, Retailern und Verbrauchern
2014	Bachelorarbeit	Felix Robert Michler	Wie werden Markennamen sensorisch wahrgenommen? Theoretische und empirische Ausarbeitung
2014	Bachelorarbeit	Sophie Christine Fischer	Luxuspreispositionierung
2014	Bachelorarbeit	Ruth Böck	Markenemotionen und ihre Bedeutung bei einer Preiserhöhung
2013	Bakkalaureatsarbeit	Dominik Weber	Online-Speisekarten
2013	Bakkalaureatsarbeit	Kouros Adib Tehrani	Online-Speisekarten
2013	Bakkalaureatsarbeit	Maureen Wennars	Setzen islamische Manager in Deutschland Preise unbewusst oder bewusst?
2012	Bakkalaureatsarbeit	Lukas Kolbaba	Kulturspezifische Bedeutung für die Preissetzung in islamischen Restaurants im Bezug auf ausgewählte Ziffern
2010	Bakkalaureatsarbeit	Barbara Helnwein	Formen nichtlinearer Preisbildung (Anwendung)
2010	Bakkalaureatsarbeit	Christian Koch	Preisendungen im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel: Eine empirische Studie
2010	Bakkalaureatsarbeit	Daniela Pröll	Preisfärbung im Lebensmitteleinzelhandel - Prospekte des Lebensmitteleinzelhandels im Vergleich
2010	Bakkalaureatsarbeit	Ebru Celik, Delia Dungal	Qualitative Inhaltsanalyse - Motive des Nichtkaufs
2010	Bakkalaureatsarbeit	Jana Siklienкова	Besonderheiten der Preisfestlegung im Tourismus
2010	Bakkalaureatsarbeit	Kerstin Hoi	Preisendungen im Mode-Einzelhandel
2010	Bakkalaureatsarbeit	Marion Schaffer	Preisendungen in Möbelhäusern
2010	Bakkalaureatsarbeit	Tamara Karin Gnedt	Preisendungen in der Gastronomie