Themenideen Bachelor-Arbeiten bei Prof. Dr. Hariet Köstner

KI

Echte Befragte und synthetische Befragte: Eine Perspektive aus Sicht der echten Menschen. Was sagen Probanden zur Möglichkeit, in Zukunft durch KI ersetzt zu werden?

Kooperationen

Marktanalyse und Geschäftsmodellentwicklung für den Einsatz von KI für das Trainieren von Social Skills (Kooperation mit Prof. Reuter

Methodik

Probanden-Experience:

> Auswirkung schlechter Fragebogenqualität auf das Befragtenerlebnis und die Datenqualität
>
> Treiber für eine hohe Teilnahmebereitschaft an Online Befragungen

Codierung offener Nennungen: vergleichende Analyse verschiedener KI Tools im Bezug auf Nutzungsfreundlichkeit und Ergebnisqualität

Bedeutung der Stichprobe: Vergleich der Ergebnisse von repräsentativen Stichproben mit Convenience Samples bei ausgewählten Fragestellungen.

Wirtschaftsbezug

Marktforschung im Mittelstand (evtl. spezielle Branche) – Bedürfnisse der Zielgruppe, Ansprachemöglichkeiten und Potenzialeinschätzung

Kundenzufriedenheit in Klein- und Kleinstunternehmen/Vereinen/NGOs/etc: Eine empirische Analyse am Beispiel von xyz

Reaktanz der Verbraucher auf Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen (tbd)

Zielgruppen

Wozu Marktforschung, wenn sowieso alles schon im Web steht? Kritischer Überblick über Nutzungstypen im Web 2.0 und deren Einfluss auf andere (stille) Nutzer