

## Masterarbeiten am Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Darmstadt

1. Abgleich von Standardarbeitsprozessen zwischen Auftraggeber und Betreiber des neuen Logistikzentrums
2. An analysis of consumer behavior and market demand in the automobile market under impact of cultural factors in China and selected countries in Southeast Asia (Thailand, Vietnam)
3. Anforderungsanalyse eines Dispositionssystems unter Berücksichtigung einer kennzahlenbasierten Steuerung
4. Anwendung von Social Customer Relationship Management zur Intensivierung der Kundenbeziehung am Beispiel der ING
5. Bedeutung und Möglichkeiten der Netzplantechnik im Rahmen einer Produkt-Einführung einer mittelständischen Brauerei auf dem chinesischen Markt - Abbildung eines Netzplans von der Produktentwicklung bis zur Bereitstellung des lieferfähigen Produkts
6. Customer Focused E-Learning Die Verwendung von kundenorientiertem E-Learning als Möglichkeit zur Kundengewinnung und Kundenbindung
7. Der Einfluss von Recommender Systemen im E-Commerce der Tchibo GmbH - Optimierungspotenziale in der Produktvermarktung
8. Die Auswirkung von skalierten Berichtswesen auf das hochautomatisierte Konzernreporting
9. Die Auswirkungen des Controllings auf das deutsche Corporate Governance-System
10. Die Bedeutung von Social Media für Unternehmen im Multi-Channel-Marketing
11. Die Bilanzierung langfristiger Fertigungsaufträge nach HGB, IFRS und US-GAAP
12. Die Chancen und Risiken von Multi-Channel-Management im Modehandel am Beispiel kleinerer Einzelhandelsunternehmen
13. Die Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenbindung im Zeitraum von Januar 2012 bis Februar 2014 bei Yahoo! Inc. in USA
14. Die steuerliche Behandlung des Arbeitslohns bei Arbeitnehmerentsendung ins Ausland
15. Die strategische Ausrichtung des konzeptionellen Berichtswesens und Durchführung einer Anforderungsanalyse zur Evaluierung eines neuen Front-End-Reporting-Tools bei der Tchibo GmbH
16. Digital Brand Planning - Entwicklung eines Ansatzes zur nutzerzentrierten Marken- und Kommunikationsplanung
17. Drop-Shipping aus Sicht des Herstellers - Ausarbeitung und Auswirkungen auf den Fulfillmentprozess für den Spielzeughersteller Mattel
18. Einsatz der Arbeitsproduktivitätskennzahl in der Fertigung - Ermittlung der Kosteneffekte bei Unipoint, China
19. Einsatz neuer Medien bei markengebundenen Automobilhändlern unter besonderer Berücksichtigung der City Showrooms
20. Einsatzmöglichkeiten und Optimierungspotenziale RFID Transpondern in der Produktion
21. Empirische Untersuchung von Einkaufskennzahlen zur Bewertung der Einkaufsperformance
22. Entwicklung einer Marketing-Konzeption für ein Kleinunternehmen am Beispiel DEVALDES Leder&Papier Design
23. Erlebniswertorientierte Markenführung bei Konsumgütern unter besonderer Berücksichtigung ausgewählter Beispiele

24. From Data to Information - the Role of Business Intelligence in Hospitals
25. Handlungsempfehlungen für die Realisierung und Intensivierung von Kundenbeziehungen mittels geeigneter Social-Media-Marketing-Instrumente im Rahmen einer globalen und integrierten IT-Plattform für BASF Crop Protection
26. Implementierung eines modernen internen Kontrollsystems in einem mittelständischen Unternehmen an einem Beispiel der Beschaffung/Materialwirtschaft
27. Konzeptionierung eines Vertriebscontrollings in einem mittelständischen Unternehmen eingebettet in einen Konzern
28. Lieferantenbewertung/-beurteilung am Beispiel von Bosch Energy an Building Solutions GmbH
29. Logistik als funktionale Spezialisierung am Beispiel der Lager-, Transport- und Bestandsoptimierung der Firma Pirelli mit dem Ziel einer wege- und kostenoptimierten Lagerung am Standort Breuberg
30. Optimierung der globalen Transporte der WEGMANN automotive GmbH & Co. KG unter besonderer Berücksichtigung regionaler, nationaler und internationaler steuer-, zoll- und transportrechtlicher Regularien
31. Optimierung der Teamsteuerung in der Qualitätssicherung Zerspanung durch Shopfloor Management bei der Daimler AG
32. Potenzialanalyse der Neukundenakquisition in Bezug auf Produktkommunikation versus Angebotskommunikation - Eine Untersuchung am Beispiel des Chevrolet Trax
33. Prognosequalität - Im wertorientierten Berichtswesen der Lufthansa Flight Training GmbH
34. Restrukturierung der Baugruppenmontage der KARL MAYER Textilmaschinenfabrik GmbH
35. Social Media Marketing - Entwicklung, Einsatzmöglichkeiten und Potentiale im B2C-Marketing
36. Strategische Steuerung des Vertriebs unter Berücksichtigung von Qualitätsaspekten, dargestellt am Beispiel der Volksbank Dreieich eG
37. Umgestaltung einer pushgesteuerten hin zu einer pullorientierten Produktion - Praxisorientierte Analyse und Implementierung einer Heijunka-Systematik am Beispiel eines Automobilzulieferers in China
38. Veranstaltungsmarketing - Nutzenpotenziale von Social Media im Veranstaltungsmarketing
39. Verrechnungspreisdokumentation in einem Dienstleistungskonzern
40. Analyse der Eignung von COBIT 5 zur Erfüllung der Anforderungen des COSO Internal Control - Integrated Framework 2013
41. Behavioral Finance - Status Quo der theoretischen und empirischen Erkenntnisse und deren Anwendung auf ausgewählte Bereiche im Asset Management
42. Beschreibung einer systemgestützten Umsetzung des Finanzplanungsprozesses mithilfe von IBM Cognos TM1
43. Controlling und RFID - Konzeptionelle Grundlagen von Controlling und RFID, RFID Einsatz auf der Ebene des Controlling
44. Die Adaption des Internet-Handels innerstädtischer Einzelhändler im Spannungskonflikt zu den Standorterhaltungsmaßnahmen kommunaler Wirtschaftsförderungen
45. Die Aufstellung und Prüfung von kommunalen Jahresabschlüssen nach der Umstellung auf die Doppik - Aktuelle Problemfelder im Bundesland Hessen
46. Die Eigenmarke als Instrument zur Profilierung von Handelsunternehmen am Beispiel dress-for-less und Zalando

47. Die Neufassung der Konsolidierungsstandards IFRS 10-12 und deren Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis
48. Die Optimierung der Vorabanalyse von Design to Cost-Projekten am Beispiel von gasisolierten Mittelspannungsschaltanlagen der Siemens AG
49. Die Sharing Economy in Deutschland - Bedeutsame Entwicklung oder bald verschwundenes Phänomen?
50. Einfluss der Kultur auf die Gestaltung und Umsetzung der Werbeaktivitäten von der Turkish Airlines - Vergleich von zwei Werbungen
51. Einsatz von Social Media zur Beeinflussung des Kaufentscheidungsprozesses von Gebrauchsgütern, dargestellt am Beispiel der Marke STIHL
52. Elementare Aspekte der Conversion-Optimierung am Beispiel des Shop-Relaunchs www.naehzentrum.de des Multi-Channel-Händlers Nähwelt Flach, Aschaffenburg
53. Entwicklung eines Modells zur Identifikation und Bewertung der Kosten der Variantenvielfalt am Beispiel Industrielle Steuerungen bei der Bosch Rexroth AG
54. Erfolgreiche Markenführung in der Spielwarenbranche am Beispiel des Produktlaunches der Fashion Doll Marke "Ever After High" bei MATTEL
55. Erfolgreiche Verkaufsgesprächsführung
56. Foreign Exchange Risk Management on the Example of Evonik Oil Additives
57. Implementierung einer workflowbasierten Rechnungsverarbeitungssoftware in mittelständischen Unternehmen der Automobilindustrie am Beispiel der Mercedes-AMG GmbH
58. Konzept zur Bewertung der Retail- und Gastronomieaktivitäten an internationalen Flughäfen
59. Konzeption eines potenzialorientierten Multiprojektmanagements am Beispiel der Bodenverkehrsdienste der Fraport AG
60. Konzeptionelle Auslegung eines modernen Stadtwerks
61. Kritische Analyse der klassischen Budgetierung und der neueren Ansätze Better Budgeting und Beyond Budgeting
62. Markenstrategieentwicklung für eine Online Community am Beispiel von Meet by Map
63. Öl und Gas Großprojekte in der Region Afrika Durchführung einer Marktanalyse und Erstellung eines Listungskonzepts für Sicherheitstechnologie
64. Onboarding neuer Mitarbeiter: Entwicklung eines Integrationsprozesses für WISAG Catering Holding GmbH & Co. KG
65. Optimierung des Working Capital als Instrument zur Verbesserung des Cashflow
66. Optimierung von Prozessen mit Hilfe des Lean Management Ansatzes am Beispiel der News-Log Airline Logistic GmbH
67. Produktstrategie für den Bereich Smart Home, am Beispiel von QIVICON
68. Realisierungsstudie zur Implementierung der Cloud-Technologie in einem mittelständischen Unternehmen
69. Social Media als Instrument des Personalrecruitings
70. Social Media als Instrument zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und zur Lead-Generierung - dargestellt am Beispiel eines mittelständischen B2B-Unternehmens der Investitionsgüterindustrie
71. Social Media Marketing bei Kreditinstituten
72. Venture Capital als alternative Finanzierungsmöglichkeit für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Deutschland
73. Verbesserung der Kundenbeziehung durch kundenorientiertes CRM Prozessmanagement

74. Volkswagen Economy - Eine qualitative Einschätzung des Vorgehens zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen innerhalb der Volkswagen Economy Ersatzteilstrategie
75. Zeitwertkonten - Ein Instrument der Personalwirtschaft
76. Zielgruppenspezifische Kundenansprache auf Landing Pages mittels Content und Blog für [www.neckermann-reisen.de](http://www.neckermann-reisen.de)
77. Analyse des Performance Measurements der Digital Business Unit unter Einbeziehung theoretischer Erkenntnisse und Aspekte
78. Änderungen des (Konzern-) Lageberichts durch DRS 20 unter besonderer Berücksichtigung der Prognoseberichterstattung
79. Aufbau einer Wissensdatenbank fürs Business Development
80. Aufbau eines Vendor Managed Inventory-Systems am Beispiel der Pirelli Deutschland GmbH mit dem Reifenfachhandelsunternehmen Pneumobil GmbH
81. Balanced Scorecard als Instrument im Projektcontrolling - Untersuchung der Einsatzmöglichkeiten in IT-Beratungsprojekten und Logistikprojekten
82. Beurteilung der IT-Kontrollen für den Prozess "Berechtigungsvergabe" anhand des Rahmenwerkes COBIT 5 bei einem DAX-Unternehmen
83. Budgetierungsprozess am Beispiel eines Unternehmens aus der Kunststoffindustrie
84. Business Process Reengineering (BPR) - Optimierung der Prozesse zur Beauftragung und Freigabe von Bauteilen bei der TAKATA AG - Wissenschaftliche Grundlagen - Faktische Analyse - Benchmarking - Prozessoptimierung - Verifizierung
85. Chancen und Risiken von Social Media für Wohnungsunternehmen
86. Controllinginstrumente und deren Nutzungsmöglichkeiten im IT-Controlling
87. Das Betriebsrente-Plus-Modell der SPD - Eine Betrachtung unter dem Aspekt des demographischen Wandels
88. Der Einfluss von Long-Tail-Keywords in SEM (SEO und SEA) auf die Conversion Rate
89. Der Konzernabschluss unter besonderer Berücksichtigung der Kapitalkonsolidierung
90. Die Interne Revision in Kreditinstituten
91. Effektive Unternehmensüberwachung durch die Verbesserung der Zusammenarbeit von Aufsichtsrat und Wirtschaftsprüfer
92. Eigenkapitalhinterlegung nach Basel III und Implikationen auf latente Steuern in der Commerzbank
93. Einführung einer Prozesskostenrechnung für die Vertriebskosten im Industriekundengeschäft
94. Eliminierung von Zwischenergebnissen aus dem Leasing- und Vorratsvermögen nach IFRS am Beispiel des Geschäftsfeldes Mercedes-Benz Cars des Daimler-Konzerns
95. Entwicklung eines Arbeitgeber-Siegels für den Talentpool der Younect GmbH - Unter besonderer Berücksichtigung der aktuellen Siegel-Landschaft in Deutschland
96. Entwicklung eines Multichannel-Marketing-Konzeptes am Beispiel "Strauss Innovation GmbH"
97. Erfolgreiche Kommunikationspolitik von Unternehmen mit Hilfe von Social Media
98. Formulierung von KPIs - theoretische Ansätze und Lösungen für das Risikomanagement in der Debitorenbuchhaltung und im Inkasso und ihre Umsetzung in der Praxis
99. Fraud in der Jahresabschlussprüfung
100. Geschlossene Infrastrukturfonds als alternative Assetklasse zur Portfoliodiversifizierung für institutionelle Investoren in einer unsicheren Finanzwelt
101. IFRS im Wandel - Analyse & Beurteilung des überarbeiteten IAS 19 am Beispiel eines mittelständischen Konzerns

102. Implementierung einer einheitlichen Kommunikationspolitik im Rahmen einer Benchmarking-Studie am Beispiel der Pneumobil GmbH
103. Konzeption eines treiberorientierten Projektbewertungsansatzes als Voraussetzung für ein wertorientiertes Projektportfolio-Management technischer Investitionen der Salzgitter AG
104. Konzeption und Erstellung eines IT-Projektportfolios im Hinblick auf das automatisierte Reporting von Kostenverläufen zur Steuerung des IT-Bereichs durch den CIO
105. Konzeption und Optimierung einer Marketingplanung dargestellt am Beispiel der Wiedereinführung der Spielzeugmarke Furby auf Basis einer empirischen Marktforschung
106. Kritische Betrachtung der MINT-Lücke unter besonderer Berücksichtigung des T-Mangels
107. Kundenanalyse zur zielgruppenadäquaten Gestaltung der Kommunikationsstrategie im Rahmen des Kundenbindungsprogramms
108. Ländervergleichende Marktforschung als Instrument der internationalen Produktentwicklung - Fallstudie einer internationalen Untersuchung zur Gestenerkennung von TV-Geräten in 18 Ländern
109. Maßnahmen zur Markenführung einer neuen Frauenzeitschrift in der heutigen Vielfalt der Printmedien am Beispiel von COVER
110. Möglichkeiten und Grenzen von Social Media bei Branchenverzeichnissen am Beispiel von Gelbe Seiten
111. Promotion im Spannungsfeld zwischen Handel und Konsument am Beispiel Salzige Snacks - Betrachtung aus Sicht der Firma Lorenz Snack-World, Hersteller in der Lebensmittelindustrie
112. Risiken und Folgeabschätzung im Markenmanagement
113. Social Media als Mittel der Marktforschung
114. Social Media Marketing - Die Bedeutung von Social Media Aktivitäten im Rahmen der externen Unternehmenskommunikation
115. Soziokulturelle Einflüsse im internationalen Marketing-Management
116. Stadtmarketing im Web 2.0
117. Strategische Unternehmensberatung unterstützt durch Controllinginstrumente
118. Umstellung des Zahlungsverkehrs im Rahmen der SEPA-Vorgaben und Integration in SAP
119. Unternehmensbewertung im Falle des Squeeze-Out
120. Vergleich der ethisch-ökologischen Kreditgenossenschaften mit dem islamischen Bankenwesen hinsichtlich der Struktur und Finanzprodukte
121. Vertrauen und Einstellung der tunesischen Verbraucher gegenüber den Handelsmarken am Beispiel von Carrefour
122. Wirtschaftliche Auswirkung der Spekulation im Rahmen der Agrarrohstoff- und Euro-Krise
123. Aufbau eines operativen Reportingsystems für Gesellschafter, Geschäftsführer und operative Führungsebenen zur Transparenz einzelner Geschäftsbereiche
124. Auswirkungen auf die Rechnungslegung eines Konzerns bei Akquisition eines Unternehmens
125. Auswirkungen der Einführung der ISA ("International Standards on Auditing") auf die genossenschaftliche Prüfung am Beispiel des Genossenschaftsverbandes e.V.
126. Auswirkungen der Unternehmensnachfolge auf den Konzernabschluss der Expotech-Gruppe nach deutschem Handelsrecht - Analyse der Effekte einer Kaufpreisallokation

- auf ratingrelevante Kennzahlen unter Berücksichtigung von bilanzpolitischen Gestaltungsspielräumen
127. Business Development - Mehr als reine Semantik - Definition und Durchführung eines Projekts zur Zukunftssicherung der Gering & Co. KG
  128. Business Intelligence mit DW-Umgebung - für ein mittelständisches Bauunternehmen
  129. Crowdsourcing - Nutzung kollektiver Intelligenz zur Ideengenerierung am Beispiel des Lufthansa Konzerns
  130. Das Nachhaltigkeits-Controlling und ihre Instrumente in Produktionsunternehmen
  131. Der Einfluss von Credit Default Swaps -Eine empirische Untersuchung der Ausfallwahrscheinlichkeit von Unternehmen und Ländern
  132. Development of an Integration Concept of Production Sites in an Existing Global Service Desk Process for BAT Germany - Current Approach and Development for Western European Factories in Consideration of Local Requirements and Individual Production Structures -
  133. Die Bedeutung von Shopper Marketing bei Fast Moving Consumer Goods
  134. Die Entwicklung der Darstellung der Geschlechterrollen in der deutschen Konsumgüterwerbung - Dargestellt an ausgewählten Produktbereichen
  135. Die Potenziale des Talent-Managements in mittelständischen Unternehmen
  136. Die Problematiken der Preisfestlegung und Währungsabsicherung bei international agierenden klein- und mittelständischen Unternehmen
  137. Die Reformbestrebungen in der IFRS Leasingbilanzierung und deren Abbildung in Systemen und Prozessen
  138. Die systemische Umsetzung der neuen IFRS 10, 11, 12 mit besonderem Fokus auf die veränderten Anhangsangaben bei der Fraport AG
  139. Die wirtschaftliche Entwicklung Indiens und das Entwicklungspotenzial deutscher Investoren in Indien - am Beispiel der Siemens AG
  140. Einführung eines Risikomanagementsystems an der TU Darmstadt
  141. Entwicklung einer Marketing-Konzeption im Online-Bereich am Beispiel eines Start-up-Unternehmens
  142. Erarbeitung einer regionenspezifischen Marktstrategie für M-Logistik
  143. Erlebniswertorientiertes Brand Management
  144. Erstellung eines Risikomanagementsystems am Beispiel eines mittelständischen Großhandelsunternehmens
  145. Evaluation einer Anwendung für den semantischen Prozessmodellabgleich
  146. Folgen der Bankenkrise auf die Unternehmensstrategie eines IT-Bankenlieferanten am Beispiel der Wincor Nixdorf International GmbH
  147. Gamification - Erarbeitung einer Ausgestaltungsmöglichkeit für Onlineshops zu Gewinnung loyaler Kunden im E-Commerce am Beispiel Gamesload
  148. Gestaltungsmöglichkeiten von Social Media am Beispiel der zielgruppenorientierten Optimierung der Facebookseite von Dinkelacker im Rahmen der Kommunikationspolitik
  149. Instrumente zur Kundenkommunikation und Kundenbindung im Online Trademarketing - Eine Analyse, kritische Betrachtung und Empfehlung am Beispiel der Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH
  150. Kundenbindung durch New Media Marketing am Beispiel des Reiseportals [www.thomascook.de](http://www.thomascook.de)
  151. Kundenbindung in der Automobilbranche

152. Leasingbilanzierung im Umbruch - eine Untersuchung der Bilanzierungsänderungen im Hinblick auf die Entscheidungsnützlichkeit von Rechnungslegungsinformationen und ihre Auswirkungen
153. Markenführung am Beispiel der Biermarke GUDE unter besonderer Berücksichtigung der Markenkommunikation
154. Markenkommunikation mithilfe von Brand Communities
155. Marketing Innovative High-Tech Software Products - Recommendations for Marketing Current and Future Emergent Software Products of the Software-Cluster
156. Marketingmaßnahmen des IBM Partnership Solution Center Süd zur Gewinnung und Bindung neuer Business Partner
157. Marktforschung mit Hilfe von Social Media
158. Mixabweichungsanalyse am Beispiel der Evonik Oil Additives
159. Mobile Marketing im Lebensmitteleinzelhandel - Darstellung, Einsatzfelder und Gestaltungsmöglichkeiten am Beispiel der Netto Marken-Discount AG & Co. KG
160. Mögliche Problemfelder und deren Lösungsmöglichkeiten im Kontext des Unternehmenskaufs
161. Möglichkeiten und Grenzen von Mobile Marketing im CRM
162. Nintendo Deutschland - Die wachsende Bedeutung von Dialogmarketing und die Integration von Social Media in den Marketingmix im Videospielesegment
163. Priorisierung von Wachstumsmärkten für Sicherheitssoftware der Deutschen Telekom AG anhand einer internationalen Marktanalyse
164. Prozessoptimierung im standardisierten Firmenkundenkreditgeschäft am Beispiel des Projekts "COMET Basis" der Commerzbank AG
165. Standardentwurf ED 2011/6 von IASB und FASB: Der Entwurf, wesentliche Neuerungen und die daraus resultierenden Auswirkungen auf die SINGULUS Technologies AG
166. Standortanalyse der Sparte LKW und die Region Mitte der Sixt GmbH & CO. Autovermietung KG
167. The sales controlling system in emerging markets - A comparative study of the automotive, consumer goods, and information technology industry
168. Untersuchung, Bewertung und Auswahl von Traffic-Kanälen für die kurz- und langfristige Zuführung von Usern für Verticals der Deutschen Telekom AG
169. Ziele, Aktivitäten und Zusammenhänge beim Einsatz von Social Media Marketing zur Förderung der Kundenloyalität und Analyse am Praxisbeispiel Coca-Cola
170. Analyse eines Einsatzes sozialer Medien im Personalmarketing und Erstellung eines Konzepts für die AVL Deutschland GmbH
171. Aufbau eines Zinsrisikomanagements im Heraeus Konzern
172. Bilanzanalyse
173. CMMI Nutzenpotenziale und Erfolgsfaktoren - am Beispiel einer empirischen Untersuchung im Finanzdienstleistungssektor
174. CRM und CRM-Controlling - Ausgewählte Strategien zur Erhöhung der Vertriebseffizienz mit einer exemplarischen Betrachtung des Bankensektors
175. Darstellung und kritische Würdigung von Discounted Cash-Flow-Verfahren
176. Development of a generic model for measuring the performance of SLA and OLA in the IT-Production environment of a financial service provider
177. Die Standardisierbarkeit internationaler Werbung, unter Berücksichtigung kultureller Einflussfaktoren
178. Ecosystem Resource Engineering: Die Zukunft kernprozessunterstützender Unternehmenssoftware
179. Eine Alternative zu klassischen Hedgefonds - Hedgefonds im UCITS Mantel -

180. Einführung eines Multiprojektcontrolling-Tools für die operative Kostenkontrolle in der Deutschen Börse AG
181. Entwicklung eines Betriebskostenverrechnungsmodells für komplexe bereichsübergreifende IT-Systeme
182. Entwicklung und Einführung von Methoden und Werkzeugen zur Optimierung der Dokumentation einer E-Business Abteilung - am Beispiel der SAG Group GmbH
183. Geschäftsprozesscontrolling
184. Guerilla Marketing: Gestaltungsformen, Wirkungsweise und Erfolgspotential
185. IDW PS 700 Staatliche Beihilfen und deren Auswirkung auf die Abschlussprüfung
186. Implementierung eines Customer Relationship Managements am Beispiel von BIOTOPIA gGmbH
187. Internationale Verrechnungspreise im Steuerrecht und Controlling
188. Interne IT-Leistungsverrechnung - Entwicklung der Dokumentation über Leistungsverrechnung von technischen Plattformen und Services für die Business-Bereiche
189. Konzepterarbeitung für einen Social-Media-Auftritt der Siemens Building Technologies Division im Cluster Deutschland unter Berücksichtigung der aktuellen Unternehmens- und Wettbewerbssituation
190. Kritische Analyse von Ansatz und Bewertung der Finanzinstrumente im Rahmen des IFRS 9
191. Kundenbindung durch Customer Relationship Management und Permission Marketing
192. Optimierung der klassischen und innovativen Gestaltungsmaßnahmen am Point of Sale
193. S&OP-Prozess bei der BASF IT Services - Evaluation des Prozesses und Analyse von Optimierungspotenzialen anhand von theoretischen Modellen und praktischen Erfahrungen
194. Social Media Marketing in der IT-Dienstleistungsbranche
195. Social Media Monitoring als Grundbaustein einer erfolgreichen Social Media Marketing-Strategie für touristische Unternehmen in Deutschland
196. Wirksamkeit von Social Media - Konzeption eines praktischen Anwendungsansatzes zur Überprüfung der Wirksamkeit von Social Media bei der Thomas Cook AG
197. Analysis and evaluation of customer satisfaction in the hotel industry on the example of Hilton - Hampton Inn in Dubuque Iowa - with the aid of various analytical and marketing tools
198. Anforderungen an ein Referenzmarketing im internationalen Umfeld am Beispiel der Software AG, eine Analyse der Relevanz von Referenzaktivitäten im Verlauf des Sales Cycles
199. Anorganisches Wachstum auf neuen Internetmärkten - Ein Kooperationsansatz für die Deutsche Telekom AG
200. Anpassung und Einführung eines webbasierten CRM-Systems in der Abteilung University Relations der Software AG
201. Aufbau eines kennzahlengesteuerten Reportings basierend auf einem Business Warehouse für Vertriebsgeschäftsstellen bei der Wincor Nixdorf International GmbH mit dem Ziel der EBIT- Verbesserung
202. Auswirkungen der neuen handelsrechtlichen Regelungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) auf die Bewertung des Handelsbestandes in der Bilanz eines Kreditinstituts
203. Auswirkungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes auf die Bilanzierung latenter Steuern
204. Bedeutung der Datenqualität in der Business Intelligence



205. Bedingt durch die Besonderheiten und Implikationen der Internet-Ökonomie tendieren Onlinemärkte zur Monopolbildung - Eine Analyse am Beispiel des Online Werbemarktes in Deutschland
206. Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung - unter besonderer Berücksichtigung der Hotellerie -
207. Cause-related Marketing in Deutschland - Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren
208. Controlling im Dienstleistungssektor insbesondere in der IT-Branche
209. Controllinginstrumente und der Vergleich ihres Einsatzes in kleinen und großen Unternehmen
210. Corporate Social Responsibility in der Markenführung
211. Cultural Due Diligence im Akquisitionsprozess
212. Customer Relationship Management und Kundenwert zur Erfolgskontrolle
213. Der Businessplan - Eine kritische Auseinandersetzung anhand eines eigenen Fallbeispiels
214. Der Reglementierte Beauftragte in der sicheren Lieferkette
215. Der Ticketvertrieb in den Sozialen Medien - Am Beispiel der AD ticket GmbH
216. Die Bilanzierung von immateriellen Vermögensgegenständen nach IFRS und HGB vor und nach BilMoG
217. Die Entwicklung der Darstellung des Frauenbildes in der deutschen emotionalen Konsumgüterwerbung von der Nachkriegszeit bis heute
218. Die Erfolgsfaktoren von Online-Shops
219. Einführung einer Konzernrechnungslegung - Konsolidierungsvorbereitende und organisatorische Maßnahmen sowie die Umsetzung ausgewählter Sachverhalte bei der KS Tools Unternehmensgruppe
220. Entwicklung einer BI-Lösung für einen Online-Supermarkt
221. Entwicklung einer Guideline zur Bestimmung der F & E-Kosten der Biotest AG
222. Entwicklung eines Kundenbindungsprogramms im Privatkundenbereich für ein Energieversorgungsunternehmen auf Grund der veränderten Wettbewerbssituation
223. Entwicklung eines Modells zur Vertriebssteuerung am Beispiel der Schott Solar AG
224. Entwicklung eines nachhaltigen Gesundheitsmanagement-Konzeptes und Gesundheitscontrolling-Ansatzes unter Berücksichtigung des genossenschaftlichen Gedankens am Beispiel der Groß-Gerauer Volksbank eG
225. Grundzüge des Energie- und Stromsteuerrechts mit Fokus auf den Neuerungen 2011
226. Haufe-Lexware - Entwicklung einer Community-Strategie für die Zielgruppe Small Businesses und Entrepreneurs mit Schwerpunkt auf dem Business-Netzwerk Xing
227. Interkulturelle Werbung: Vergleich der Werbung zwischen den Ländern Deutschland und Mexiko an Hand ausgewählter Beispiele
228. Internationaler Beschaffungsentscheid anhand eines Konzeptwettbewerbs am Beispiel Entwicklung Durchtriebsachse
229. Inzahlungnahme-Geschäfte im Automobilhandel - Eine ganzheitliche Betrachtung unter besonderer Berücksichtigung von Produktlebenszyklen- und Kundenbindungsaspekten
230. Kundenbeziehungsmanagement im Bankwesen - mit Praxiserfahrungen bei Standard Chartered Bank (China) Limited Company
231. Kundenbeziehungsmanagement mit Hilfe der Kommunikationspolitik bei einem lösungsorientierten IT-Unternehmen aus dem Bereich Business Intelligence
232. Kundenerfolgsrechnung: Einführung eines neuen Tools für die Steuerung der Kundenprofitabilität am Beispiel der Nestlé Professional GmbH

233. Kundengewinnung im Privatkundengeschäft von Kreditinstituten - Analyse eingesetzter Werbemaßnahmen im Wachstumsprojekt "Regionaler Markterschließung" der Commerzbank AG
234. Markenpositionierung als Grundlage der Markenführung
235. Mobile Marketing in der Automobilbranche - Konkurrenzanalyse und Entwicklung von Leistungskennzahlen
236. Social Media im B2B-Kontext einer Unternehmensberatung am Beispiel der Camelot Management Consultants AG
237. Social Media Marketing - How to reach young dentists within new media
238. Social Media Marketing - Welche Chancen und Risiken bieten Facebook, Twitter und Co.? - Eine Potenzialanalyse von Social Networks anhand ausgewählter Beispiele aus dem Kundenportfolio der Brand Company
239. Social-Media-Konzeptionsansätze für Alpina Farben
240. Suchmaschinenmarketing der Photovoltaik-Branche in Deutschland
241. Supply Chain Controlling - Konzeption und Einsatzmöglichkeiten nach Lebenszyklusphasen einer Supply Chain
242. Test Flughafenwerbung im intermedialen Wettbewerbsvergleich - Ansätze zur Stärkung der Position der Flughafenwerbemedien der Media Frankfurt GmbH im intermedialen Wettbewerb der
243. Verwendung von Empfehlungsmarketing und Social Media in der Online-Vermarktung - Angebotskonzept für die InteractiveMedia CCSP GmbH
244. Vor- und Nachteile des internationalen Bankensystems
245. Werbung als Spiegelbild der Gesellschaft? Eine Analyse der emotionalen Werbung im Kosmetikbereich für Frauen
246. Analyse der Auswahlkriterien bei der Vergabe und Bewertung von Venture Capital
247. Analyse der Strategischen Personalplanung im Unternehmen DB Schenker Rail Deutschland AG und Ableitung von Handlungsempfehlungen
248. Analyse und Vorschläge zur Optimierung des Reportingprozesses am Beispiel des Teilprozesses "Ablieferung" bei einem Automobilzulieferer
249. Auswirkungen von Virtualisierung auf Unternehmen - unter besonderer Berücksichtigung von IT-GRC -
250. CEREC Club New Generation: Klärung der finanziellen Aspekte im Rahmen der Markteinführung eines Mehrkomponentenvertrages unter Berücksichtigung der Rechnungslegungsvorschriften nach US GAAP
251. Contracting im Energiesektor am Beispiel der Kraft-Wärme-Kopplung
252. Customer Relationship Marketing mithilfe des Mobile Web in der Energiebranche am Beispiel der Süwag Energie AG
253. Die Entwicklung eines Traineeprogramm-Konzeptes für das Store Management in der Levi Strauss Germany GmbH - Möglichkeiten und Chancen interner Personalentwicklung
254. Durchführung einer Marktrecherche im Segment Membranfilterplatten als Grundlage für die Entscheidung eines Markteintritts
255. Einsatz von viralen Kampagnen als erfolgreiche Marketingmaßnahme im World Wide Web
256. Enterprise 2.0 - Einsatzmöglichkeiten, Potenziale und Erfolgsfaktoren
257. Entwicklung eines Controllingkonzeptes für das Unternehmen Lufthansa Technik Milan
258. Entwicklung eines werttreiberorientierten Planungsprozesses für die DB Schenker Rail Deutschland AG

259. Entwicklung und Analyse kirchlicher Bewertungsstandards im Kontext kirchenspezifischer Vorgaben und kommunaler Prüfvorgaben
260. Erarbeiten eines Konzepts für Liegezeiten-Controlling
261. Erarbeitung eines Strategieentwicklungsmodells im Rahmen der Erstellung einer globalen Marktsegmentstrategie im Bereich Food & Beverage der Freudenberg O-Ring GmbH & Co. KG
262. Factors determining success of multinational companies in India
263. Führungsaufgaben des Informationsmanagements
264. Herausforderung und Nutzenbewertung bei der Steuerungsoptimierung eines IT Service Providers durch Standardisierung und Vereinheitlichung der Wertschöpfungskette
265. Instrumente des Risikomanagements und Asset Managements
266. iPad-App-Pricing - eine entscheidungsorientierte Annäherung
267. Kundenorientierte Ausgestaltung eines Service Level Agreements als Teil der Einführung eines Service Level Managements bei der Firma SMA Solar Technology AG
268. Latente Steuern - Die Auswirkung des BilMoG auf latente Steuern in Jahresabschlüssen einer ertragsteuerlichen Organschaft
269. Methoden zur Identifizierung von Risiken im Risikomanagementprozess am Beispiel eines Großunternehmens
270. Operative Planung von Yves Rocher Produkten - Prognose und Planung von Bestellungen
271. Sonderbilanzen - Der Formwechsel - Bilanzielle Aspekte des Formwechsels aus handelsrechtlicher und steuerrechtlicher Sicht
272. The Preparation of the Statement of Cash Flow at Fraport and the Requirements of the IASB and FASB Financial Statement Presentation - Project: Analysis and Consequences for Fraport
273. Unternehmensbewertung anhand eines Automobilzulieferers unter Berücksichtigung der Kaufpreisallokation
274. Venture Capital-Finanzierung von IT-Startup-Unternehmen - Analyse und Diskussion geeigneter Unternehmensbewertungsmethoden
275. Anpassung der Corporate Policies and Procedures an die Local Policies and Procedures bei EagleBurgmann USA
276. Aufbau und Einsatz operativer Kennzahlensysteme unter Verwendung von Business Intelligence Werkzeugen am Beispiel der Linde Material Handling GmbH
277. Ausschlussgründe für Wirtschaftsprüfer
278. Bedeutung und Perspektive des Fair Handels-Marktes Deutschland
279. Bewertung einer accessbasierten Auswertungssoftware der Marketingkosten
280. Das betriebliche Gesundheitsmanagement am Beispiel einer Einrichtung des Gesundheitswesens
281. Das Design und die Positionierung einer "Value for Money Marke" in Schwellenländern
282. Das Instrument Wettbewerbsanalyse und die strategisch-konzeptionelle Ableitung
283. Die Auswirkung von Marktzyklen auf die Produktpalette im Asset Management
284. Die Konzeption und Implementierung eines Rolling Forecast-Models am Beispiel der MAHLE Gruppe
285. Emotionale Konditionierung durch Konsumgüterwerbung
286. Entwicklung eines Marketingkonzepts für das MBA-Programm der Hochschule Darmstadt
287. Erfolgreiche Online-Kommunikation

288. Evaluation des Komponentenansatzes im HGB für die Bilanzierung von Sachanlagevermögen
289. Interkulturelle Werbung: Vergleich von türkischer und deutscher Werbung für internationale Marken
290. Marketingkommunikationsplanung und -strategien der Deutschen Bahn AG
291. Multikanal-Kommunikationskonzept im Automobilmarketing
292. Nutzenpotenziale des Social Media Marketings im B2B-Bereich der Hoppenstedt Publishing GmbH
293. Prozessorientierte Kostenrechnung als Basis der Komplexitätsminderung am Beispiel der Evonik RohMax Additives GmbH
294. Qualitätssicherung eines exklusiven und etablierten Vielfahrerstatus - dargestellt am Beispiel der Deutschen Bahn AG
295. Stellenwert des Risikomanagements im Projektcontrolling - besondere Anforderungen von BilMoG, dargestellt am Beispiel Medium Duty Engine Generation Daimler Trucks
296. Verbesserungspotenziale in der Verrechnung von IT-Leistungen der Fraport AG - am Beispiel eines PC-Arbeitsplatzes und LAN-Anschlusses
297. Wissensmanagement in der Wirtschaftsprüfung Tool zur Qualitätssicherung in der WP-Praxis
298. Aktuelle Entwicklungen in der betrieblichen Altersversorgung - Neugestaltung von Pensionsverpflichtungen nach Umsetzung des BilMoG
299. Analyse und Evaluation eines nutzergerechten Unternehmensplanspielsystems mit Hilfe mikroökonomischer Theorien und Modelle
300. Analyse von Kundenwünschen zur Entwicklung von Marketingstrategien für SLO-Produkte
301. Aufbau eines Cash Flow Forecast-Modells für Reisebüros am Beispiel der Lufthansa Reisemärkte der ta.ts GmbH
302. Beschaffungsportal als Lösung für Unternehmen am Beispiel des Warenhauskonzerns El Corte Inglés, S.A.
303. Das Bild der Frau in der Werbung - Eine kritische Analyse der geschlechtstypischen Rollendarstellung der Frau in Print- und Fernsehwerbung
304. Das Internet als Instrument der Marktforschung
305. Das Sicherheitspaket im Web 2.0 - Einbindung von Social Media Marketing in den bestehenden Online-Marketing-Mix
306. Die Produktinnovation von der Idee zur Realisierung - Analyse des Innovationsworkshops Lufthansa WorldShop 2009
307. E-Commerce
308. Entwicklung und Rendite-//Risikoprofil eines europäischen Solarparks
309. E-Procurement auf elektronischen Märkten: Entwicklungsstand, Potenziale, Nutzen
310. Erlebniswertorientierte Markenpositionierung unter besonderer Berücksichtigung ausgewählter Lebensmittel
311. Erstellen einer Handelskalkulation am Beispiel eines mittelständischen Großhandelsunternehmens - unter Betrachtung unterschiedlicher Kostenrechnungssysteme und Kalkulationsformen
312. Forcierung des Bosch eXchange-Geschäfts für Common Rail-Injektoren im Independent Aftermarket in Westeuropa
313. Gründe und Folgen der Shareholder Value-Orientierung
314. Gründung eines E-Shops - Handbuch mit rechtlichen und technischen Betrachtungen
315. Marketing und Kommerzialisierung von jungen Fußballtalenten

316. Nutzungsmöglichkeiten neuer Medien im Hinblick auf verschiedene Zielgruppen im regionalen Biermarkt am Beispiel der Pfungstädter Brauerei
317. Untersuchung des Media-Mixes der DB Regio AG im Hinblick auf die Gewinnung von Neukunden am Beispiel des Stellenwertes von Broschüren
318. Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen mit Hilfe von Social Networks
319. Vermittlung von Erlebniswelten im Rahmen der Markenpolitik
320. Analyse und Optimierung bestehender IT-Prozesse auf Basis von COBIT und ITIL
321. Asset Liability Management für Privathaushalte
322. Bewertung der Softwaretools SAP Business Warehouse und Business Objects im Hinblick auf das Reporting anhand verschiedener Zielgruppen innerhalb eines Unternehmens
323. Bonusprogramme als Instrument der Kundenbindung in der Aviation-Branche mit besonderer Berücksichtigung der strategischen Allianzen
324. Chancen des Neuromarketings in der modernen Markenführung - Darstellung der wichtigsten Methoden unter besonderer Berücksichtigung des Brand 16
325. Die Auswirkungen von IT im Marketing insbesondere auf die Marktforschung, die Kommunikations- und die Distributionspolitik
326. Die Gestaltung von Mitarbeiterentsendungen ins Ausland am Beispiel von China
327. Die Zukunft der Printwerbung
328. Einsatzmöglichkeiten von quantitativen Risikoanalysen auf Basis von Wahrscheinlichkeitsverteilungen
329. Flughafenwerbung im intermedialen Wettbewerbsvergleich - Ansätze zur Stärkung der Position der Flughafenwerbemedien der Media Frankfurt GmbH im intermedialen Wettbewerb der Mediaplanung, unter besonderer Berücksichtigung des Frankfurter Flughafens
330. Fundamentale Unternehmensbewertung zur Ermittlung von fairen Aktienkursen beispielhaft für den deutschen und ukrainischen Aktienmarkt
331. IFRS-Konzernabschluss und -bilanzanalyse
332. IT-Controlling
333. Kalkulationssatzermittlung der TAKATA-PETRI AG - Kritische Analyse und Verbesserungsansätze zum Ermittlungsprozess
334. Konjunkturpaket II - Die Auswirkungen der Umweltprämie auf die deutsche Automobilindustrie
335. Konzeption eines IT-Betriebshandbuchs für kleine bis mittelständische Unternehmen am Beispiel der univativ GmbH & Co. KG
336. Kostenminimierung im Finanz- und Bankwesen, durch die sich verändernden Rahmenbedingungen auf den Finanzmärkten
337. Long Term Sustainability Concept for HUMBOLDT Project Results: Market, Competition, Business Models, Exploitable Products and Services, Marketing Concept and Organisation
338. Procurement Risk Management with the Risk Assessment of Raw Materials in a Chemical Company as a Case Study
339. Unterschiedliche Wege der Kommunikation & Kollaboration innerhalb des Lufthansa Konzerns
340. Zukünftige Geschäftsmodelle in konvergierenden Medien - Eine Einschätzung zur Entwicklung der Fernsehbranche
341. Analyse der Auswirkungen des BilMoG auf den Jahresabschluss der Volkswagen Original Teile Logistik GmbH & Co.KG nach HGB und IFRS sowie die steuerrechtliche Ergebnisermittlung

342. Bewertung und Priorisierung von IT-Projekten in der Luftfahrtbranche
343. Bilanzierung von Mezzanine-Finanzierungen
344. Bonusprogramme als Instrument zur Kundenbindung
345. Crossmedia-Kommunikation - Verschmelzung von Online und Offline
346. Customer Relationship Management in der Automobilbranche - Eine Anforderungsanalyse des neuen Customer Relationship Managements am Beispiel der Mercedes-Benz Niederlassung Darmstadt der Daimler AG
347. Erlebniswertorientierte Markenpositionierung bei Lebensmitteln in Deutschland
348. Führungs- und Steuerungshilfen im Supply Chain Controlling - Eine Untersuchung ausgewählter Instrumente und deren Implementierung im Controlling von Linde Hydraulics
349. Kapitalkonsolidierung nach IFRS 3
350. Konzeption einer internen Kundenbefragung des HR-Bereichs der Umicore AG & Co. KG
351. Markteinführungsstrategien von Dienstleistungsprodukten - Am Beispiel eines Mobiltelefon Management Systems der h2quadrat GmbH
352. Mobile Marketing - Die Integration des Mobile Marketing im Unternehmen
353. Möglichkeiten und Grenzen des Internets als Vertriebskanal für die JOST-Werke
354. Steuerliche Aspekte der REIT-AG
355. Synergie- und Kannibalisierungseffekte des Mobiltelefons - Auswirkungen auf die anderen Massenmedien unter besonderer Berücksichtigung des Internets
356. VOB und FIDIC: Ein Vergleich der Vertragsanpassungsmechanismen
357. Analyse der internen Kostenverrechnung für die Rechenzentren der DZ Bank AG
358. Das vietnamesische Finanzsystem auf dem Weg zur Modernisierung
359. Internationale Testimonialwerbung, dargestellt an ausgewählten Beispielen aus dem Sportbereich
360. Performance Measurement System - Entwicklung und Realisierung für Near Access
361. Unterstützung medizinischer Behandlungsprozesse durch Krankenhausinformationssysteme am Beispiel des IKS-Orbis in einem Krankenhaus der Regelversorgung
362. Die Rolle der Preispolitik im Kundenbindungsmanagement in der mobilen Telekommunikation: eine theoretische und empirische Untersuchung am Beispiel der Service-Hotline von T-Mobile
363. Einführung einer Thesaurierungsbegünstigung nach § 34a EStG
364. Erarbeitung eines Konzeptes zum Aufbau und Implementierung eines IT-Controllings bei der Fraunhofer-Gesellschaft (FhG)
365. Erhöhung der Bekanntheit von Consumer Electronics-Marken am Beispiel mobiler Navigationssysteme der Marke VDO Dayton
366. Implementierung eines Risikomanagements in das Projektmanagement-System bei Union Investment
367. Sportsponsoring und Sportmerchandising unter besonderer Berücksichtigung der Fussball-Europameisterschaft 2008
368. Analyse der Gebühren- und Kostenstruktur von Hedgefonds
369. Die Umstellung von der Kameralistik auf ein ressourcenverbrauchsorientiertes Rechnungslegungssystem unter Berücksichtigung ausgewählter bilanztheoretischer Erkenntnisse sowie der besonderen Rahmenbedingungen der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau
370. Einführung einer Kostenrechnung auf Basis der Varial Software bei der Firma Reis GmbH & Co. KG Maschinenfabrik

371. Elektronisches Publizieren in mittelständischen Verlagen anhand des Beispiels der WBG (Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt)
372. Entwicklung eines Online Direct-to-Consumer Pharmamarketingkonzepts für Teva Deutschland GmbH
373. Multinationalität der Mitarbeiter der DAX 30 - Unternehmen
374. Qualitätsverbesserung in der Softwareentwicklung am Beispiel eines mittelständischen Softwareunternehmens
375. Supplier Relationship Management: Software-Einsatz im Einkauf zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit am Beispiel der BASF AG
376. Untersuchung der haushalterischen Auswirkungen der Abgrenzung von Instandhaltungsmaßnahmen und Investitionen anhand des Komponentenansatzes nach IAS 16 und IPSAS 17 in der öffentlichen Verwaltung vor dem Hintergrund des Ressourcenverbrauchskonzepts
377. Wirkung öffentlicher Förderprogramme zur Finanzierung einer Unternehmensgründung
378. Analyse der Auswirkungen möglicher Synergiepotentiale zweier Unternehmen als strategische Option für den Unternehmenserfolg eines Beratungsunternehmens
379. Eignung von Web 2.0 Anwendungen für die Wohnungswirtschaft
380. IT Management with Service Level Agreements
381. IT-Management with Service Level Agreements
382. IT-Projekt Portfolio Management anhand der BSC (Balanced Scorecard)
383. Kundenbindungsmaßnahmen in der Automobilindustrie - Eine Analyse der Maßnahmen ausgewählter Automobilhersteller
384. Kundenbindungsmaßnahmen in der Automobilindustrie - Eine Analyse der Maßnahmen ausgewählter Automobilhersteller
385. Qualitätsverbesserung in der Softwareentwicklung am Beispiel eines mittelständischen Unternehmens
386. Strategie & Marketingkommunikation für KMUs - Konzeption zur strategischen Ausrichtung und Kommunikationspolitik am Beispiel eines mittelständischen Softwareunternehmens
387. Strategie & Marketingkommunikation für KMUs - Konzeption zur strategischen Ausrichtung und Kommunikationspolitik am Beispiel eines mittelständischen Softwareunternehmens
388. Veränderung des Dialogmarketings durch das Internet
389. Wirkung öffentlicher Förderprogramme zur Finanzierung einer Unternehmensgründung
390. Analyse und Optimierung der kommunikationspolitischen Entscheidungen der Dalektron GmbH
391. Erfolgsfaktoren von Premium-Online-Services und daraus resultierende Handlungsempfehlungen für das Portal kimeta.de
392. Möglichkeiten der Vermarktung von gebrauchten Anlagen und Einrichtungen über Internetplattformen
393. Neukonzeption und Implementierung einer IT-Balanced Scorecard für die Kirchhoff Automotive Deutschland GmbH