

WS 2023
War for Talent mit Purpose begegnen? Der Zusammenhang von Sinnstiftung durch Anwendung der Sustainable Development Goals und Arbeitgeberattraktivität
Mitarbeiterführung im Luxussegment – Der Einfluss von Führungskompetenzen auf das affektive Commitment in Zusammenarbeit mit der Dr. Ing. h. c. F. Porsche AG
Wirtschaftswachstum versus Umweltschutz ein endloser Zielkonflikt oder eine Chance für eine nachhaltige Zukunft?
Vertrauensbildung auf Vinted: Untersuchung einer textlich-parasprachlichen und visuellen (Verkaufs-)Strategie
Transparenz beeinflusst die Annahme von Defaults: Die moderierende Rolle der Extremität des Defaults
SS 2024
There's no place like Home/-office? – Eine quantitative Studie zu hybriden Arbeitsmodellen im Rahmen des Job-Demands-Resources-Modell's
Wirkung von KI-Anwendungen auf nachhaltige Kaufentscheidungen
Eine Erweiterung des Privacy Calculus Modells zur Untersuchung der Datenteilungsbereitschaft mit Energieversorgern und der Intention zur Nutzung von digitalen Lösungen zum Stromsparen: Die Rolle von Umweltselfidentität.
Der Einfluss von Qualität und Bündelungen auf die Kaufintention eines Konsumenten: Die moderierende Rolle von Materialismus und Voluntary Simplicity.
Die Auswirkung von emotionalem Wandel auf die Produktbewertung
Zielgruppenanalyse von Smart Foods – Wie Neurotizismus und Geschlecht die Wahl von Fertigprodukten mit Nahrungsergänzungsmitteln bei einem gesunden Lebensstil moderieren
Entwicklung und empirische Prüfung eines Online-Fragebogens zur Erfassung umweltschutzrelevanter Merkmale von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen
Analyse alternativer Messmethoden für das Employee Green Behavior – Druckeinstellung & Ideengenerierung
Antwortstrategien in Arbeitgeberbewertungsportalen: eine empi-sche Untersuchung am Beispiel der Radeberger Gruppe
Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Personal- und Unternehmensberatung: Eine qualitative Studie am Beispiel eines Beratungsunternehmens in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft
Ideengenerierung als Maß für umweltfreundliches Verhalten – Fleischkonsum
Umweltbewusste Ernährung – die Akzeptanz von veganen Fleischersatzprodukten
Gesellschaftliche Fragmentierung in der Energiewende. Eine empirische Annäherung an die kombinierte Messung systematischer Einstellungskonflikte, sozioökonomischer Ungleichheiten und Netzwerksegregation
Wirksamkeit von konfigrierenden Nudges im Kontext des umweltfreundlichen Konsums: Eine empirische Analyse
Der Zusammenhang von Achsamkeit und adaptiver Leistung
Evaluierung des Messinstruments für Arbeitgeberattraktivität (AGA-I) unter der Berücksichtigung von New Work
Der soziale Aufwärtsvergleich – ein Portal zu Buy Now Pay Later?
Kategorisierung – Welchen Einfluss hat eine bimodale (vs. unimodale) Lernphase auf die (Typikalitäts-) Bewertung von Extremen einer Kategorie
Vergleich der Konsumentenwahrnehmung von KI- vs. menschengenerierten Werbebildern: Kann die KI den Menschen ersetzen?
WS 2024
KI-Hyperrealismus und die Position synthetischer Gesichter im Face-Space
Zwischen Tradition und Flexibilität: Generationsübergreifende Perspektiven auf Arbeitsmodelle und Zufriedenheit
Der Einfluss von Environmentally Specific Transformational Leadership auf Organizational Citizenship Behavior für die Umwelt: Die moderierende Rolle der wahrgenommenen Unternehmensunterstützung und die medierende Rolle der Green Attitudes
Die mediierende Rolle von psychologischer Sicherheit: Wie transformationale Führung zu innovativem Arbeitsverhalten beitragen kann
Effektive Kommunikationsstrategien für nachhaltige Wischblätter im Ersatzteilhandel: Eine UX-Studie
KI zur Content Kreation – Wahrnehmung und Effektivität von KI-generierten Werbetexten aus Konsumentensicht