

09.09.2025

Studienprojekt:

Community-Driven Commerce: Eine fallstudienbasierte Analyse des Markenerfolgs durch Customer Engagement in sozialen Medien

Das Studienprojekt untersucht, wie Marken durch aktive Einbindung ihrer Communitys in sozialen Medien wirtschaftlichen Erfolg erzielen können. Im Mittelpunkt steht die Analyse verschiedener Fallstudien, die zeigen, wie Customer Engagement – etwa durch Interaktionen, User-Generated Content und Community-Building – zum Aufbau von Markenloyalität, zur Steigerung von Reichweite und letztlich zu kommerziellem Erfolg beiträgt. Ziel ist es, zentrale Erfolgsfaktoren sowie mögliche Herausforderungen von Community-Driven Commerce zu identifizieren und sowohl theoretische als auch praxisnahe Handlungsempfehlungen für Unternehmen abzuleiten.

Im Rahmen des Studienprojekts sollen ausgewählte Praxisbeispiele identifiziert und als Fallstudien durch qualitative Forschungsmethoden empirisch untersucht werden.

Organisatorische Details und Bewerbung:

Lehrform	Das Modul „Studienprojekt“ (15 ECTS) richtet sich an Studierende der wirtschaftswissenschaftlichen Master-Studiengänge, welche dieses in ihrer Prüfungs- bzw. Studienordnung vorsehen.
Dauer und Umfang	Der Workload beträgt insgesamt 450 Stunden (Umsetzung flexibel nach Vereinbarung). Das Studienprojekt ist generell zeitungebunden, richtet sich aber nach Aufgabenverfügbarkeit. Die Bearbeitung des Themas erfolgt teilweise am Lehrstuhl, teilweise zu Hause.
Prüfungen	Selbstständige wissenschaftliche Ausarbeitung (schriftliche Prüfungsleistung, benotet). Die genauen Anforderungen an die Studienaufgabe bzw. die Studienarbeit werden vor Beginn des Studienprojekts festgelegt.
Credits	15 ECTS-Punkte, davon 6 ECTS-Punkte anrechenbar für den Schwerpunkt VMM.
Sprache	In der Regel in deutscher Sprache und grundsätzlich mit Bearbeitung deutsch- und englischsprachiger Fachliteratur.
Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Proseminar, Belegung von Modulen des H.I.M.A. von Vorteil.
Teilnehmerzahl	Die Teilnehmerzahl ist auf maximal zwei Studierende begrenzt.
Bewerbung	Eine aussagekräftige Bewerbung (Anschreiben, Motivation, Lebenslauf, Noten, bisherige Praktika, etc.) ist bis 21.10.2025 möglich. Bitte adressieren Sie die Bewerbung mit thematischem Bezug an Univ.-Prof. Dr. Popp und senden Sie sie per E-Mail sekretariat-hima@uni-saarland.de (<i>eine</i> Gesamtdatei für alle Dokumente im pdf-Format). Die Anmeldung beim wirtschaftswissenschaftlichen Prüfungssekretariat erfolgt erst nach Erhalt einer Zusage.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung und die mögliche Zusammenarbeit!

Univ.-Prof. Dr. Bastian Popp