

Am Lehrstuhl *Ostasienwirtschaft / China* erstellte Abschlussarbeiten

Thematische Auflistung (seit April 2000)

Stand Dezember 2017

(jüngste Arbeiten jeweils am Ende der Listen)

(A) Bachelor-Arbeiten (Betriebswirtschaftslehre, Business Administration, Kulturwirt, Management and Economics, Moderne Ostasienstudien, Wirtschaftspädagogik)

- Advertising in China – Parameters of Successful Marketing Strategies
- Produktpolitik und Marketing ausländischer Unternehmen in China
- Key Factors of Success of Branding Strategies: A Case Study of the adidas Group in China
- Deutsche Unternehmen in der Volksrepublik China: Die Herausforderungen des Personalmanagements und die Besonderheiten bei der Führung chinesischer Mitarbeiter
- Marketing in China: Die Gestaltung des Marketing-Mix in der VRC am Beispiel des Automobilherstellers Volkswagen
- Der Marketing-Mix: Die Besonderheiten der vier Marketinginstrumente in China anhand von Procter & Gamble
- Mystery Shopping als Instrument der Bewertung von Dienstleistungsqualität – Eine komparative Analyse
- Personalwirtschaftliche Herausforderungen bei SWK: Ist-Analyse und Konzepte zum Aufbau eines Demographiemanagements
- Entwicklungsländer zwischen Protektionismus und Liberalisierung – Darstellung und Analyse am Beispiel der Weltmarktintegration Chiles
- Die Entwicklung der venezolanischen Volkswirtschaft in Abhängigkeit von Erdölindustrie und *Dutch Disease*
- Binnenmigration und Verstädterung – Landflucht in Schwellen- und Entwicklungsländern am Beispiel Chiles
- China als neue Gebernation in Afrika: Vergleich der Entwicklungszusammenarbeit der OECD und der chinesischen Entwicklungszusammenarbeit in Afrika
- Corporate Social Responsibility in China – Characteristics, Strategies and Outlook
- Dysfunktionalitäten des spanischen Beschäftigungsmarktes. Die Rolle der dualen Vertragsstruktur im Kontext konjunktureller und natürlicher Arbeitslosigkeit
- Erfolgsfaktoren von Marketingstrategien internationaler Unternehmen in China

- Das Porter'sche Wettbewerbskräfte-Modell als strategische Entscheidungshilfe zur Generierung eines nachhaltigen Wettbewerbsvorteils am Beispiel der Computerhersteller-Branche
- Analyse des Marketing-Mix deutscher Unternehmen in China am Beispiel des Automobilsektors
- Internationalisierungsstrategien deutscher Großmessegesellschaften am Beispiel des Engagements auf dem chinesischen Markt
- Die Erdgaspreisbildung in Deutschland unter Berücksichtigung der aktuellen Marktstrukturentwicklung
- Wettbewerbsfähigkeit und Sozialstandards: Nullsummenspiel oder win-win Konstellation. Untersuchung am Beispiel der Textil- und Bekleidungsindustrie Chinas nach Auslaufen des Welttextilabkommens (ATC)"
- Analyse der Bedeutung sozialer Netzwerke als Instrument der Kundenbindung
- Ländervergleichende Analyse von Corporate Social Responsibility in Deutschland und den USA am Beispiel der Unternehmen Deutsche Telekom AG und AT&T Inc.
- Social Media im Kontext von Employer Branding. Eine empirische Analyse anhand eines Start-up-Unternehmens
- Analyse des Marktes für öffentliche Förderinstitute und Banken in der Türkei hinsichtlich der IT- und Managementberatung und Beurteilung der Markteintrittschance
- Analyse der ökonomischen Auswirkungen von Großveranstaltungen am Beispiel der FIFA Fußball-WM 2014 in Brasilien
- Erfolgsfaktoren bei Markenführung und Marketing im Kontext von Expansionsstrategien – eine Analyse von chinesischen Unternehmen in der Elektronikindustrie
- Development in Kerala: An Evaluation of the Consequences of Economic Growth for Human Development from the Perspective of the Growth Diagnostics Approach
- Analyse der betriebs- und verhaltensbedingten Kündigung aus Sicht des Arbeitgebers und des Arbeitnehmers in Deutschland und im internationalen Vergleich
- Erörterung von Make-or-Buy-Entscheidungen im Rahmen einer Innovation in der Telekommunikationsbranche (mit Schwerpunkt Mobilfunk)
- Potentialanalyse von Mass Customization als Wettbewerbsstrategie. Eine kundenzentrierte Perspektive
- Social Media als Marketinginstrument im Business-to-Consumer-Bereich
- Die Euro-Krise – Analyse von Ursachen, Verlauf und weiterführende Reformszenarien
- Finanzregulation und Bankenaufsicht in der Finanzkrise der Euro-Zone 2009-2012
- Umsatzsteigerung einer Hotelbuchungsseite durch Optimierung des Online-Marketings

- Mobile Kommunikation in der dritten Generation: Wettbewerbs- und Regulierungsperspektiven des Mobilfunknetzes in der VR China
- Erstellung eines ganzheitlichen Kommunikationskonzeptes für die Einführung eines neuen Ideenmanagements am Beispiel verschiedener Standorte der MAN Diesel & Turbo SE
- Konfliktlösungsverhalten in der Wirtschaftskommunikation zwischen China und Deutschland
- Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben durch Work-Life-Balance. Eine Mitarbeiterbindungsstrategie und die Umsetzung in der Praxis
- Ausgestaltung und Probleme der Corporate Governance börsennotierter Unternehmen in der VR China
- Möglichkeiten zur Kundenbindung im Textileinzelhandel
- Die europäische Schuldenkrise – Ursachenanalyse und Lösungsstrategien
- Corporate Social Responsibility – Herausforderungen und Besonderheiten für die Umsetzung in der Türkei
- Analyse der Wirkung von Online-Kundenrezensionen auf die Kaufentscheidungen von Konsumenten
- Analyse protektionistischer Praktiken in den internationalen Handelsbeziehungen der Volksrepublik China
- Untersuchung der Einsatzmöglichkeiten von Social Media Marketing für die Neukundenakquise am Beispiel der SIGNAL IDUNA Gruppe
- Untersuchung von Führungsstilen unter besonderer Berücksichtigung von Frauen in Führungspositionen
- Analyse ausgewählter Erfolgsfaktoren der Auslandsentsendung
- Analyse der Funktion von Social Media Marketing in der Touristikbranche anhand von Facebook und Twitter
- Überwachungsorgane börsennotierter Gesellschaften in der VR China
- Eine komparative Studie des Minderheitenaktionärsschutzes bei Aktiengesellschaften im chinesischen und deutschen Corporate Governance System
- Chinesische Direktinvestitionen in Deutschland
- Nachhaltigkeit im Fokus des Lieferantenmanagements am Beispiel eines Finanzdienstleisters
- Kommunikationspolitik von Elektromärkten im sozialen Netzwerk Facebook: Eine Untersuchung der offiziellen Facebookseiten
- Instrumente der Kundenbindung am Beispiel des Unternehmens Apple

- Untersuchung der Möglichkeit von Qualitätssteigerungen im Rahmen einer Umstrukturierung der bestehenden FMEA der ANF Duisburg GmbH
- Ethno-Marketing am Beispiel der in Deutschland lebenden Türken in Bezug auf die Telekommunikationsbranche
- Komparative Analyse der staatlichen Industriepolitik Chinas und Indiens in Bezug auf die Entwicklung des Pkw-Sektors im Rahmen der weltwirtschaftlichen Öffnung
- Ethno-Marketing: Wird das Konsumpotenzial der türkischen Zielgruppe von deutschen Unternehmen ausgeschöpft?
- Analyse der Erfolgsfaktoren von Werbemaßnahmen aus dem Blickwinkel des Kaufentscheidungsverhaltens
- Analyse des Einflusses von Werbung auf das Kaufverhalten anhand des S-O-R-Modells
- Die Bedeutung von Nachhaltigkeit für das Marketing von Unternehmen – exemplarisch dargestellt an der deutschen Lebensmittelbranche
- Internationale Marketingstrategien: Eine Benchmark-Analyse des Misserfolgs von Home Depot in China im Licht des Erfolgsmodells von IKEA
- Analyse ausgewählter Arbeitsmarkteffekte des internationalen Outsourcings
- Auswirkungen von Factory-Outlet-Centern auf den Einzelhandel
- Analyse der auf Online-Portalen geäußerten Kundenzufriedenheit in der Hotelbranche
- Analyse der Bedeutung von Customer Experience Management auf die Kundenloyalität am Beispiel der Vodafone GmbH
- Analyse des Einflusses von Social Media auf das Konsumentenverhalten
- Der Marketing-Mix ausländischer Gastronomieunternehmen in der VR China. Eine komparative Analyse am Beispiel von Kentucky Fried Chicken und Starbucks
- China Sourcing: Analyse des chinesischen Beschaffungsmarktes im Hinblick auf steigende Kosten
- Zur Ethik unternehmerischen Handelns: Die Vortäuschung von Corporate Social Responsibility am Beispiel von Greenwashing-Aktivitäten der Asia Pulp and Paper Company
- Analyse der Gestaltungskriterien internationaler Führungskriterien im thailändischen Arbeitsmarkt
- Nutzenanalyse familienfreundlicher Personalpolitik
- Markteintritt von Handelsunternehmen: Analyse der Internationalisierungsstrategien deutscher Handelsketten im türkischen Markt
- Analyse der Werbewirksamkeit von Werbevideos am Beispiel der Cornetto Yalin-Yeniden Werbung

- Benchmarking als Instrument im Qualitätsmanagement – Anwendungsmöglichkeiten und Bedeutung zur Sicherung des Wettbewerbsvorteils
- Kundenzufriedenheit: Analyse der Bedeutung der *Value-Added Services* von Unternehmen für Kunden
- Untersuchung des *Islamic Banking* auf seine Krisenbeständigkeit
- Erfolgsfaktoren von deutschen Automobilunternehmen in China
- Psychologische Einflussfaktoren auf die Kaufentscheidungen von Konsumenten
- Branchenstrukturanalyse nach Michael. E. Porter für deutsche Automobilhersteller auf dem chinesischen Markt
- Analyse kundenorientierter Produktentwicklung im Produktlebenszyklus am Beispiel von Samsung Galaxy
- Aufbau von Markenbekanntheit im Zuge der Internationalisierung von Vereinen der deutschen Fußballbundesliga am speziellen Beispiel der VR China
- Leistungsvergütung und Performance – Eine analytische Betrachtung des Einflusses von Leistungsvergütung auf die Performance von Mitarbeitern
- Ethnospezifische Werbung für die Zielgruppe: Türken in Deutschland
- Analyse der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit der chinesischen Textilindustrie anhand Porters Diamanten-Modell
- Analyse von Bonusprogrammen als Instrument der Kundenbindung
- Chinas Rohstoffdiplomatie – Direktinvestitionen als Mittel der Rohstoffsicherung in Afrika
- Analyse einer international erfolgreichen Marke unter Berücksichtigung der Wirkung auf Konsumenten. Welche Charakteristika müssen erfolgreiche Markenstrategien aufweisen, um deutsche Konsumenten an eine Marke zu binden?
- Foreign Direct Investment – Beweggründe und Motive für deutsche Direktinvestitionen in den USA
- Product Placement in der Filmwirtschaft
- Marketing in China: Gestaltung der Marketinginstrumente mit dem Fallbeispiel „Volkswagen“
- Ermittlung des optimalen Ersatzzeitpunktes von Fahrzeugen im Investitionscontrolling
- Untersuchung der Generierung von Konsumentenvertrauen im chinesischen E-Commerce am Beispiel von „Taobao“
- Analyse der Finanzierungsschwierigkeiten chinesischer KMU

- Analyse der Strategie von Auslandsdirektinvestitionen in China am Beispiel von Volkswagen und deren Motive aus Sicht des OLI-Paradigmas
- Analyse des deutschen dualen Bildungssystems und des Streamings für zukünftige chinesische qualifizierte Arbeitskräfte
- Untersuchung zur Bindung von Fachkräften auf der Basis von Anreizsystemen
- Kundenzufriedenheit: Analyse der Kundenkarte als Kundenbindungsinstrument
- Analyse der Geschäftsstrategien ausländischer Fast Food Unternehmen in der VR China
- Mitarbeitermotivation: Analyse der Auswirkungen der transformationalen Führung auf die Leistung der Mitarbeiter
- Kinder als Zielgruppe der Werbung – Eine Untersuchung über die optimale Werbegestaltung und seine Wirkung anhand des AIDA-Modells
- Untersuchung der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Bereich der „Ökologie“ am Beispiel deutscher Logistikdienstleister
- Analyse des Einflusses von (e) Word-of-Mouth auf Kaufentscheidungen
- Social Media Recruiting als moderne Form der Personalbeschaffung
- Metastudie zur Konsumentenakzeptanz und Nutzung von Mobile Commerce
- Ethnomarketing: Eine effektive Marketingsausrichtung in der wachsenden Diversität der deutschen Gesellschaft?
- „Made in China 2025“ – Eine Untersuchung aus der Perspektive der Rostowschen Stadien Theorie
- Was sind die Charakteristiken einer Post-Merger-Integration von chinesischen Cross-Border M&A-Transaktionen?
- Ethno-Marketing: Untersuchung des Potenzials türkischstämmiger Konsumenten und der Integration desselben in unternehmerischen Wettbewerbsstrategien
- Analyse der Einflussfaktoren chinesischer Direktinvestitionen im Ausland
- Corporate Social Responsibility and Compliance: Eine Untersuchung zur unternehmerischen Verantwortung einer AG
- Untersuchung unterschiedlicher Marketingstrategien bei Fast Moving Consumer Goods in China und Deutschland an dem Fallbeispiel der Coca Cola Corporation
- E-Commerce – Chancen und Risiken im Online-Handel am Beispiel von Zalando
- Marketing im Zeitalter der Digitalisierung – Chancen und Herausforderungen für Unternehmen
- Untersuchung von Social Media als Marketinginstrument zur Kundenbindung am Beispiel WeChat

- Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Trends und Chancen für Online-Händler
- Der Marketing-Mix ausländischer Gastronomieunternehmen in der Volksrepublik China. Eine komparative Analyse am Beispiel von Kentucky Fried Chicken und Starbucks
- Leadership in Start-up Organizations: The Case of Discovery Cycle Professionals, Nigeria
- Untersuchung der Beweggründe chinesischer Unternehmen zum Direktinvestitionsgeschäft in Afrika anhand des OLI-Paradigmas
- Analyse der Marktpositionierung von Smartphone-Anbietern im chinesischen Markt – Eine komparative Untersuchung von Apple und Xiaomi anhand des 4P-Modells
- Analysis of Foreign Direct Investment in Thailand based on the OLI model
- Analyse der Wettbewerbsparameter für einen Markteintritt chinesischer Anbieter auf dem deutschen Markt für Solarenergie-Anlagen unter Einsatz des Five-Forces-Modells
- Eine Branchenstrukturanalyse nach Porter für die chinesische Smartphone-Branche an dem Fallbeispiel der Huawei Technologies Co. Ltd.
- Employer Branding für die Generation Z – Handlungsempfehlungen Unternehmen
- Untersuchung des Einflusses ausgewählter Social-Media- Plattformen auf die Kaufentscheidung von Konsumenten
- Der Einfluss des TRIPS Abkommens auf das chinesische Intellectual Property Rights System und die daraus resultierenden Auswirkungen auf die Wirtschaft
- Emotionen im Marketing – Chancen, Nutzen und Risiken
- Analyse und Bedeutung von Social Media für den E-Commerce
- Einführung der Miele-Produkte Kochfelder und Dunstabzugshauben im chinesischen Markt – Analyse der wichtigsten Parameter des Produktmanagements
- Kernelemente von Industrie 4.0 und Herausforderungen, Risiken und Chancen aus Deutschlands und Chinas Sicht im internationalen Kontext
- Untersuchung der Eignung des Guerilla-Marketings als moderne Kommunikationsstrategie
- Werbefilme während der Austragung von Sportgroßveranstaltungen und ihre Auswirkungen auf die Absatzentwicklungen werbetreibender Unternehmen in den USA am Beispiel des Super-Bowl
- Untersuchung der Konsumentennutzung von Mobile Commerce im Hinblick auf Angebote mobiler Lieferdienste für Lebensmittel
- Analyse der Kaufbereitschaft von Elektrofahrzeugen (PKW) im Zuge der Entwicklung von Elektromobilität in der VR China
- Destinationsmarketing im chinesischen Outbound-Tourismus – Analyse deutscher Marketingstrategien

- Diversity Management als eine Möglichkeit zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit
- Crowdfunding als neue Form der Wagniskapitalbeschaffung
- Untersuchung von Maßnahmen zur Bekämpfung von Marken- und Produktpiraterie
- Analyse der chinesisch-indischen Handelsbeziehungen zwischen 1980 und 2010 unter Einsatz des Modells komparativer Kostenvorteile D. Ricardos
- Relevanz von Sportsponsoring für den Markenwert
- Untersuchung von Möglichkeiten und Instrumenten der Kundenbindung im Textileinzelhandel am Beispiel von E. Breuninger GmbH und Co.
- Warum entscheiden sich chinesische Investoren dazu, in Deutschland zu investieren? Eine Analyse anhand des Eklektischen Paradigmas mithilfe verschiedener Fallbeispiele
- Chinesische ausländische Direktinvestitionen in Sub-Sahara Afrika: Analyse von Anreizen und Intentionen
- Untersuchung der Erfolgsfaktoren von Start-ups am Beispiel von Auxmoney
- Gender Marketing – Eine Untersuchung geschlechtsspezifischen Konsumgütermarketings
- Analyse von Erfolgsparametern und Problemfeldern des HR-Outsourcings der PricewaterhouseCoopers GmbH in Katowice
- Erfolgsparameter von Emissionshandelssystemen. Eine vergleichende Analyse implementierter Strukturen in der Provinz Hubei, VR China, und der Europäischen Union
- Analyse der Kundenzufriedenheit und deren Wichtigkeit für das Unternehmen

(B) Master-Arbeiten (Betriebswirtschaftslehre, Contemporary East Asian Studies, Modern East Asian Studies, Kulturwirt, Wirtschaftsingenieur, Wirtschaftspädagogik)

- China's Banking Reform. A Comparative Study on Bank Efficiency
- Haigui vs. Haidai: Can Chinese Overseas Returnees Reduce the Talent Shortage on the Chinese Labour Market?
- Strategic recommendations for the development of a BMW China retail concept for the Chinese automobile market
- Interregional vergleichende Clusteranalyse des Konsumverhaltens chinesischer Verbraucher
- Corporate Governance – Zukünftige Herausforderungen an die Volksrepublik China

- China's Consumption beyond Carrying Capacity. Social and environmental implications for China and natural resource exporting nations
- Investigation about China's Consumer Price Inflation from 2009 to 2011
- Standortanalyse und Markteintrittsstrategie für die BRIC-Länder am Beispiel eines deutschen Automobilzulieferers
- Analyzing institutional entrepreneurship of Chinese Natural Oil Corporations in Africa
- Düsseldorf: A Leading Business Location for Chinese Companies? Competitiveness from the Perspective of Porter's Cluster Theory
- Analysis of the Renminbi's potential to become an international currency
- Quality and Process Management as Basis for the Implementation of the *Audi Kundentisch* in the Overseas Sales Region – The Case of Audi Japan (ERL)
- Social Media als Herausforderung in B2B-Unternehmen: Nutzung von Social Media zur Ansprache von Geschäftskunden im Schwerpunktbereich der Baubranche
- Aid to Africa. Is China a Better Partner for Africa than Germany? (ERL)
- Analyse des Einsatzes von Instrumenten der Kundengewinnung und Kundenbindung bei deutschen Handelsunternehmen
- Kulturelle Einflüsse auf die wirtschaftliche Entwicklung in China
- How Do China and Russia Trust in Sun and Wind? Empirical Comparison of the Acceptability of Renewable Energy in China and Russia with Respect to Their Marketability
- Work-Family Balance in China – Quellen und Konsequenzen des Work-Family Konfliktes sowie Managementimplikationen für die HR-Strategie
- Women on board and company performance in Chinese Automotive Industry – A comparative study with the US
- Establishing Organic Food in China: A Smart Practice Approach Modeled After the Californian Experience
- History Lessons and Future Trends: Overfishing in Chins through the Lens of Elinor Ostrom's Approach to Institutional Analysis
- Driving Forces behind Cross-Border M&A in China's Specialty Chemicals: A Strategic Perspective on Major Deals of 2010-2012
- Performance Analysis of Chinese Overseas M&A Activities – A Case Study of the Zoomlion-CIFA Acquisition
- Competing in the IPO market – A comparison between reputable and less reputable underwriters' performances concerning the management of IPOs in the Chinese A-share market between 2006 and 2012 with a special focus on the underpricing phenomenon

- Bringing Green Food to the Table – Characterizing consumer demand for green food products in China
- Analyzing Industrial Policies in China: The Validity of the “Developmental State Model” examined by Chinese Steel Industry
- First-Mover-Vorteil in der chinesischen Einzelhandelsbranche – eine kritische Analyse am Beispiel von Carrefour und Tesco
- Foreign Market Entry Strategies for the New-Emerging Markets: The Case of TÜV-Rheinland Service Company Entering Myanmar Market
- Analyse des Dynamic Pricing unter Berücksichtigung strategischen Kaufverhaltens
- Employer Branding im interkulturellen Einfluss – Wahrnehmung der Employer-Brand-Aktivität durch deutsche und chinesische Studenten an deutschen Universitäten: Theoretische Grundlagen und empirische Befunde
- Microfinance in China: Analysis of the Underlying Institutions and Social Impact
- Germany’s Hidden Champions – Analyzing Recent Chinese Corporate Investments in North Rhine-Westphalia and its Automotive Supply Industry from the Perspective of Mathews’ LLL-Framework
- Total Cost of Ownership: Model, Application, and Relevance for Strategic Sourcing in China. An Analysis Illustrated by the Example of Siemens Rail Systems
- A Stakeholder Approach to Corporate Social Responsibility – Analyzing Reporting Practices in the Chinese Beer Industry
- Analysis of China’s shifting comparative advantages from “quantity to quality” from the perspective of tightening labor market conditions
- The future of the smartphone industry - A market analysis of the smartphone industry in Germany and the derivation of the potential of Lenovo in the German smartphone sector
- Analysis of the Financing Dilemma of Chinese Small and Medium Sized Enterprises as Seen from the Perspective of Institutional Change Processes
- Analysis of Social Media-based Precision Marketing on Brand Attitude and Purchase Intention
- Marketing im digitalen Zeitalter: Social Media Marketing
- Application of the Hyman P. Minsky Theory on Shadow Banking in China
- A Case Study on the Impact of Macroeconomics on Business Strategy (WÜ)
- Konzipierung einer Internationalisierungsstrategie für den ostasiatischen Markt am Beispiel von Gildemeister Energy Solutions (WÜ)
- Political Risk Analysis for Logistics MNCs in China: An Application of the Political Bargaining Model

- Analysis of the Competitiveness of the Chinese Photovoltaic Industry Clusters with an Application of the Diamond Modell
- Analyse der Herausforderung für nach China entsandte Expatriates und die Bedeutung des Teamworks in diesem Zusammenhang
- Approaches to Sustainable Development: Analysis of the Initiatives for Carbon Dioxide Emissions Reduction in China
- Cluster Analysis – Research on Online Consumer Behaviour of Chinese College Students in Germany
- Cross-border Mergers & Acquisitions Involving the Sports Industry Conducted by Wanda group: A Case Study Analysis from the Perspective of a Resource-based Framework
- Identifying and Analyzing Contractual Risks of Tehran Shomal Freeway Contract Lot I with Chinese STA group (WÜ)
- Internationale E-Commerce Giganten im Vergleich: Eine Analyse des Käuferverhaltens von Amazon-Nutzern und die daraus resultierenden Erkenntnisse hinsichtlich eines potenziellen Markteintritts des chinesischen Onlineanbieters Alibaba auf dem deutschen Markt
- A Study of the Technological Innovation System of Automobile Manufacturing in China
- Brand Strength at Point of Sale. Development of a holistic model for brand management in international automotive retail networks, on the example of Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
- Analyse der marktspezifischen Ausgestaltung von Social Media Marketing am Beispiel von westlichen und chinesischen Kampagnen
- Der Einfluss individueller Risikoneigung auf die Entscheidung zur Selbständigkeit – Untersuchung der Determinanten anhand der Prospect-Theorie
- Komparative Untersuchung der digitalen Markenführung ausgewählter Fußballclubs am Beispiel crossmedialer Kampagnen
- Auswirkungen eines gesetzlichen Mindestlohns auf die Beschäftigung - Eine Metastudie empirischer Befunde
- Entrepreneurship Intention – eine multinationale Untersuchung institutioneller Einflussfaktoren auf Entrepreneurship Intention anhand der Theory of Planned Behavior
- Purchase Intention of Electric Vehicles among the Chinese Middle Class based on the Theory of Planned Behavior
- Erklärungsansätze für Korruption mithilfe des Happy-Victimzer-Phänomens anhand des Fallbeispiels und der Analyse des FIFA-Managers Sepp Blatter
- Bedeutung des Online Personal Branding beim Screening im Personalauswahlprozess von Dienstleistungsunternehmen in Deutschland – eine empirische Analyse

- Chinesische Auslandsdirektinvestitionen und Internationalisierungsbestrebungen. Eine komparative Analyse zugrunde liegender Charakteristika, Motive und Strategien unter Einbeziehung eines integrativen OLI-LLL-Modells: Fallstudienbasierte Theoriediskussion am Beispiel Sanys im Zeichen des Nachholenden Wachstums
- Analysis of Recruiting and Retention Strategies of Top Talents by Western Multinational Corporations in China
- Analyse von Anpassungsbedarfen ausgewählter Kostenrechnungssysteme für den Dienstleistungssektor
- Greenfield or acquisition: testing the transaction cost / internalization theory for the establishment mode choice of Chinese investors in Germany
- Analysis of the Potential Future Taiwanese Solar PV Market Development Based on the Five Forces Model by Michael Porter
- Sozio- und Umweltsponsoring im Rahmen des Nachhaltigkeitsmarketing – Wirkung auf Unternehmen, Sponsoringnehmer und Gesellschaft
- Chinese Outward FDI in Europe - A Comparison Study between OLI and LLL model
- Untersuchung der Gestaltungsparameter der Kooperationsbeziehung (Coopetition) von Unternehmen im Technologiesektor – Darstellung am Beispiel von Apple und Samsung
- Corporate Social Responsibility (CSR) – Ein Vergleich von CSR-Strategien zwischen KMU's und Großunternehmen
- Strategien zur Fachkräftegewinnung unter Berücksichtigung von Online-Recruiting
- Die Bedeutung von CSR-Aspekten bei Logistikdienstleistungen aus Kundensicht
- Untersuchung der Werbewirksamkeit von ethnospezifischen Werbeaktivitäten am Beispiel der Zielgruppe der Deutschtürken und der AY YILDIZ -Werbekampagne
- Ist der JadeWeserPort in Wilhelmshaven wettbewerbsfähig? Eine Untersuchung der Marktgegebenheiten
- Customer Relationship Management im digitalen Zeitalter: Der Einfluss von Social Media auf die marketinggetriebene Kundenbindung
- Liquidity in stock market – concepts and current developments
- Der geschlechtsspezifische Lohnunterschied: Ein Ländervergleich zwischen Deutschland und der Schweiz – Eine Untersuchung von Ursachen desselben, Maßnahmen zu dessen Überwindung und Gründen fortbestehender Resilienz
- Modellgestützte Messung und Optimierung der Supply Chain Performance
- Analyse von Kommunikationsstrategien und –instrumenten im Zusammenhang von Produktkrisen

- Interaktives Fernsehen – Die Vernetzung des linearen Fernsehen mit dem Internet. Analyse crossmedialer TV-Strategien am Beispiel der täglichen Serie „Alles was zählt“ einer Produktion von UFA Serial Drama
- The New Silk Route from China to Germany via cargo train – an alternative or complement to air and ocean freight

(C) Diplomarbeiten (BWL, VWL, Wirtschaftswissenschaften, Regionalwissenschaften)

- Der Schutz des geistigen Eigentums als Strategie zum Aufbau von Wettbewerbsvorteilen im chinesischen Markt
- Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen der endogenen Wachstumstheorie für die VR China
- Die Wechselbeziehung zwischen dem Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und der Umwelt in der Volksrepublik China
- Strategien im internationalen Konsumgütermarketing – exemplifiziert am Engagement eines deutschen und japanischen Automobilkonzerns in der Volksrepublik China unter Berücksichtigung des Konsumentenverhaltens
- Die Neugestaltung des Gesundheitssystems im Übergang von der Plan- zur Marktwirtschaft: Experimente mit Regulierung und Liberalisierung in der VR China
- Lehren aus der Asienkrise für die Reform des Bankensektors in der VR China
- Konzeption einer Strategie für den Markteintritt der Volkswagen AG in den Markt für Leichtnutzfahrzeuge in China und Bewertung mit dem Realoptions-Modell
- Die Bedeutung von institutionellen Investoren für die Entwicklung des chinesischen Aktienmarktes
- Gesamtwirtschaftliche Analyse der Geldpolitik der taiwanischen Zentralbank im Verlauf der asiatischen Finanzkrise
- Strukturwandel durch die New Economy in Ostasien. Veränderung der Organisation der Industrie am Beispiel der Elektronikindustrie
- Markteintrittsbarrieren und ihre Überwindung nach dem WTO-Beitritt für den Bankensektor in der VR China
- Wettbewerbsanalyse des Mobiltelefonmarktes der VR China
- Corporate Governance und ihre Partizipationsmöglichkeiten. Ein Systemvergleich zwischen China und Brasilien
- Eine Analyse des Zusammenhangs von Infrastruktur und Wirtschaftsentwicklung ausgewählter Regionen der VR China mittels der Theorie der Verfügungsrechte

- Social networks between foreign companies and Chinese politics – with a focus on the automobile, telecommunications and train industry
- Komparative Analyse von Qualitätssicherungspraktiken bei chinesischen Sportschuhherstellern
- Der Schutz des geistigen Eigentums als Strategie zum Aufbau von Wettbewerbsvorteilen im chinesischen Markt
- Analyse des chinesischen Regulierungssystems im Versicherungssektor am Beispiel der Lebensversicherung
- Interkulturelles Management als Erfolgsfaktor für das China-Engagement deutscher Unternehmen
- Soziale Milieus als Bestimmungsfaktoren privater Nachfrage nach Pkws – Das Beispiel China
- Marktstrukturanalyse der chinesischen Automobilzulieferindustrie
- Branding strategies for the Chinese tourism industry – with focus on destination branding
- Doing Business in China – Siemens und Whirlpool im chinesischen Haushaltselektronikmarkt
- Internationalisierungsstrategien chinesischer Unternehmen - Eine Analyse ausgewählter Unternehmen
- Das Logistik-Outsourcing in China am Beispiel der dortigen Automobilindustrie – Einsatzmöglichkeiten, Bewertungsverfahren und Einstiegsstrategien
- Implikationen des CEPA – Abkommens für die Ausgestaltung funktionaler Strategien Hongkonger Unternehmen in ausgewählten Wirtschaftssektoren
- China's Industrial Policy exemplified on Aluminum Industry
- Markteintrittsstrategien ausländischer Banken im chinesischen Finanzdienstleistungssektor
- Privatisierung chinesischer Staatsunternehmen im Rahmen von Management Buy-Out (MBO)
- Erfolgsfaktoren der Post Merger Integration am Beispiel des Akquisitionsprojektes Coperion Keya in Nanjing, VR China
- Transaktionskostenökonomische Analyse des Einflusses von CEPA auf ausgewählte Geschäftsfelder der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Hongkong und China
- Komparative Analyse moderner HR-Management-Systeme in der VR China
- Institutionelle Rahmenbedingungen als Grundlage effizienter Aktienmärkte – Eine komparative Analyse USA- China

- Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der chinesischen Stahlindustrie bei der Produktion von Blechen für die Automobilindustrie – Eine Analyse auf der Grundlage von Porters Diamond Modell
- Overseas Return Migration to China: Market Forces and Government Policies
- Analyse der Wettbewerbsstrategien ausländischer Einzelhandelsunternehmen in der Volksrepublik China anhand der Fallbeispiele Wal-Mart und METRO China
- Analyse der Reformbewegung im chinesischen Elektrizitätsmarkt – Chile als Vorbild?
- Management strategies for the protection of technologies in China: securing IPR in the manufacturing sector
- Zukunftsorientierte Analyse des Sektors für Telekommunikationsdienstleistungen am Beispiel Chinas und Indiens mit Hilfe des Agency-Ansatzes
- Strategische Planungsprozesse: Marktbearbeitung in der VR China am Beispiel eines Herstellers für Dentalimplantate
- Aufbau und Durchführung eines Projektcontrollings für den Bereich Softwareentwicklung – Fallstudie MGI IT Dienstleistungsunternehmen
- Marktbearbeitungsstrategien der Sportartikelindustrie in der VR China
- Die Anreizfunktion des ‚Clean Development Mechanism‘ für Ausländische Direktinvestitionen
- Aufbau eines Vertriebssystems in der V.R. China. Dargestellt am Beispiel der Firma BURG F.W. Lüling KG – Unter Berücksichtigung von B2B- und B2C-Geschäften
- China’s Outward Direct Investment Activities: Patterns and Motives
- Markteintrittsstrategien multinationaler Telekommunikationsunternehmen für den chinesischen Mobilfunkmarkt
- Internationalisierung von F&E-Aktivitäten chinesischer und Triade-Unternehmen: Parallelen und Unterschiede
- Chancen und Risiken ausländischer Banken auf dem chinesischen Kapitalmarkt
- Analyse von betriebsinternen Wertschöpfungsprozessen – Insbesondere die Entstehung, Bewertung und Verwendung von Überproduktionen eines Unternehmens der Stahlindustrie
- Die Internationalisierung von Unternehmen aus Schwellenländern: Analyse der Theoriekonformität am Beispiel ausgewählter chinesischer Unternehmen
- Chancen und Risiken ausländischer Banken auf dem chinesischen Kapitalmarkt
- Kritische Erfolgsfaktoren der identitätsorientierten Markenführung auf dem chinesischen Automobilmarkt am Beispiel der BMW Group

- Risikoadjustierte Finanzierung von chinesisch-deutschen Public Private Partnership-Projekten. Risikomanagement und –allokation bei chinesischen Infrastrukturvorhaben
- Institutionenökonomische Analyse des *Clean Development Mechanism* in China
- Global Sourcing – Kritische Erfolgsfaktoren der Integration Chinas in das internationale Beschaffungsmanagement
- Kritische Erfolgsfaktoren des Beschaffungsmanagements in China – Analyse eines mittelständischen Unternehmens der Automobilbranche
- National Clusters as an Alternative Business Location for SMEs in China – Analysis of Location Advantages of National Clusters Using the German Cluster at Taicang Economy Development Area as an Example
- Direktinvestitionen in China. Eine systematische Analyse der Vor- und Nachteile ausgewählter Markteintrittsformen für die deutsche Bekleidungsindustrie für den chinesischen Markt
- Beschaffungsmanagement als kritischer Erfolgsfaktor zur Sicherung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit privater chinesischer Unternehmen
- Competitive Analysis of the Chinese Retail Sector for Consumer Electronics: Status Quo and Future Challenges
- Industriecluster in ökonomischer und soziologischer Perspektive eine Analyse chinesischer Konsumgütercluster
- Kritische Erfolgsfaktoren in der chinesischen Luftfahrtindustrie – eine Analyse chinesischer Anbieter und deren internationaler Wettbewerbsposition
- Komparative Analyse der Finanzierung des chinesischen Gesundheitssystems
- Corporate Governance of Chinese State Owned Enterprises' Subsidiaries in Germany – Exemplified by the Steel Industry
- Komparative Analyse der automobilspezifischen Industriepolitik in der VR China und Japan
- Finanzierung des Alterssicherungssystems Chinas unter besonderer Berücksichtigung des umlage- und kapitalgedeckten Verfahrens
- Analyse zugrunde liegender Motive und Strategien chinesischer Direktinvestitionen im Ausland
- Internationalisierungsstrategien deutscher KMU am Beispiel des chinesischen Marktes
- *Location Based Service* als mögliches Werbemittel
- *Offshoring* nach China – Eine transaktionskostentheoretische Analyse
- Analyse des *Renminbi non deliverable forward* Marktes unter dem Aspekt der Ursachen und Auswirkungen des Abweichens von der *forward exchange rate* nach der Zinsgleichgewichtstheorie

- Die Qualität der Risikoberichterstattung von Telekommunikationsnetzbetreibern. Ein Vergleich von Europa und China
- International Migration of China's Highly Skilled: From Brain Drain to Brain Gain
- Afrika als Aktionsraum chinesischer MNEs: Analyse auf der Grundlage ökonomischer und behavioristischer Theorien
- The Growing Importance of Ecotourism in China's Tourism Industry
- Auslandsdirektinvestitionen von "Latecomern". Der Aufstieg von Chinas neuen multinationalen Unternehmen
- Motive und Strategien der Internationalisierung chinesischer MNC im Rohstoffsektor
- Internationalisierungsmotive und mögliche Markteintrittsstrategien von Kreditinstituten am Beispiel des China-Engagements der Deutschen Bank Private and Business Clients
- Analyse des chinesischen Gebrauchtwagenmarktes und Bewertung der Entwicklungsperspektiven aus Sicht eines Automobilherstellers
- Faktorbasierte Analyse des chinesischen Handels mit Agrargütern
- Venture Capital in China: Eine Analyse von Venture Capital Gesellschaften anhand des phasenorientierten Geschäftsmodells
- Kausalanalytische Betrachtung des chinesischen Gesundheitssystems – Eine komparative Untersuchung des chinesischen und des französischen Gesundheitssystems
- Inter-action based analysis of buying processes in the Chinese mid market segment for die-casting machines: A case study on the customers of Buhler China
- Analyse des Markenerfolgs chinesischer Marken in Deutschland unter Berücksichtigung des "Country of Origin"-Effekts
- China als Destination für Service Offshoring? Eine kritische Analyse vorhandener Potenziale und Ressourcen aus Unternehmenssicht
- Zielsetzungen staatlicher Fördermechanismen für Windenergie – eine komparative Analyse von Deutschlands Erneuerbare Energien Gesetz, Englands Renewable Oligation und Chinas Renewable Energy Law
- Die Rolle und Bedeutung der chinesischen Binnenschifffahrt für die wirtschaftliche Entwicklung Chinas
- Analyse der Bestimmungsgründe interregionaler Disparitäten in der Volksrepublik China und aktueller wirtschaftspolitischer Gegenstrategien
- Ableitung einer Wachstumsstrategie für Tailored Products der ThyssenKrupp Tailored Blanks GmbH auf dem chinesischen Automobilmarkt
- Chinas Auslandsdirektinvestitionen in Afrika und ihre Bedeutung für den bilateralen Handel

- Analyse der sich beschleunigenden Internationalisierung chinesischer Unternehmen: Erfolgsfaktoren von Late- und Newcomern
- Die Bedeutung Chinas für das Global Sourcing: Strategische Erwägungen zur Sicherung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile
- Wirtschaftliche Integration zwischen dem Perlfußdelta und der Sonderverwaltungszone Hongkong
- Grenzübergreifendes Wissensmanagement und IPR-Schutz dargestellt am Beispiel eines deutsch-chinesischen Joint-Ventures der ThyssenKrupp Steel Europe AG
- Möglichkeiten und Grenzen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements in KMU – eine kritische Auseinandersetzung
- Gebietsbezogene Risikoanalyse zur Vermeidung volkswirtschaftlicher Schäden in der VR China
- Analyse von Zertifizierungsvorschriften in den globalen Märkten für landwirtschaftliche Maschinen und Konzeption eines internen Reporting- und Administrationsprozesses
- Implikationen der Marken- und Produktpiraterie auf die Branchendynamik. Unternehmerische Herausforderungen und Maßnahmen
- Analyse der Entwicklung der chinesischen Windkraftanlagenindustrie unter besonderer Berücksichtigung der industriepolitischen Maßnahmen der Volksrepublik China
- Wettbewerbsstrategien chinesischer und ausländischer Automobilzulieferer im chinesischen Markt
- Analyse der Funktion und Bedeutung von Anti-Dumping Verfahren in den amerikanisch-chinesischen Handelsbeziehungen
- Analyse der Erfolgsfaktoren des Supplier Sourcing in China
- Welfare Effects of European Union Protectionism in the Context of European-Chinese Trade
- Interkulturelles Marketing: Kulturspezifische Einflussvariablen für erfolgreiche Marketing-Strategien in multiethnischen Lebenskontexten
- Strategische Handelspolitik als Schlüssel zum Aufbau einer Infant Industry: Analyse der protektionistischen Maßnahmen der Volksrepublik China zur Förderung chinesischer Hersteller von Personenkraftwagen
- Analyse der Entwicklung nachhaltiger Energieversorgung in der VR China am Beispiel der Provinz Guangdong
- Die Analyse der gegenwärtigen Rolle der Chinesischen Akademie der Wissenschaften im chinesischen Wissenschafts- und Techniksystem als Teilsystem des chinesischen Nationalen Innovationssystems

- Geschäftliche Negotiation in China vor dem Hintergrund des „In-Group-Out-Group“-Ansatzes: „Joint Quest“, „Mobile Warfare“ und kulturelle Einflussfaktoren in chinesisch-westlichen Wirtschaftsverhandlungen
- Vergleich der Internationalisierung der beiden chinesischen Telekommunikationskonzerne Huawei & ZTE nach Maßgabe des Ressource Based View
- Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der chinesischen Photovoltaik-Industrie – Eine Analyse auf der Grundlage des Porterschen Diamant-Modells
- Markteintrittsstudie für ein Unternehmen der Schuh-Einzelhandelsbranche – Eine strategische Analyse
- Strategien zur Absicherung des After Sales Geschäftes in China für den Maschinen- und Anlagenbau am Beispiel der MAN Diesel & Turbo SE
- Besteuerung internationaler Unternehmen in Vietnam mit anschließendem Vergleich zur chinesischen Besteuerung
- Analyse der Aufnahmefähigkeit des chinesischen Automobilmarktes von Elektromobilität unter Berücksichtigung spezifischer Markt- und Kundenanforderungen sowie politischer und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen
- Die Implementierung der Balanced Scorecard in einer Unternehmung unter Berücksichtigung des Risikomanagementprozesses
- Modelle und Theorien der Mitarbeitermotivation – Eine vergleichende Analyse der Anreizstrukturen in KMU und Großunternehmen
- Incentive-based Analysis of Climate Change in China with the Focus on Clean Development Mechanism and Its Impact on China’s Environmental Problems – Case Study of RWE Power AG
- Allgemeiner und kulturraumspezifischer Einsatz von Werbung am Beispiel der Volksrepublik China
- Analyse der Wettbewerbsstärke Chinas im Bereich der Elektromobilität auf Basis des Porterschen Diamanten-Modells
- Analyse der Preisentwicklung auf dem chinesischen Immobilienmarkt unter besonderer Berücksichtigung spekulativer Preisbewegungen
- Eine standorttheoretische Erörterung von Investitionen in der IT-Branche in Chengdu, VR China und Ho-Chi-Minh-Stadt, Vietnam
- Verhaltensökonomische Analyse des Konsums unter besonderer Berücksichtigung von Marken
- Success Factors and Best Practice for the Setup and Organization of an Automotive “International Purchasing Office“ in the Emerging Markets – An Analysis of MAN Truck & Bus in China

- Internationalisierungsstrategien chinesischer Automobilhersteller aus dem Blickwinkel von OLI und LLL
- Analyse von Erfolgsfaktoren im Zuge der Etablierung einer Marke im Konsumgütersektor in der VR China
- Kritische Erfolgsfaktoren und Handlungsempfehlungen für die Implementierung von City Logistics in China: Eine Analyse zur Evaluierung eines City Logistics Konzepts für chinesische Metropolen
- Markteintrittsstrategien internationaler Automobilhersteller auf dem chinesischen Automobilmarkt
- Analyse der Bedeutung von Direktinvestitionen für die Umweltsituation in China: Pollution Haven vs. Pollution Halo
- Entwicklung einer Managementempfehlung für die Vorbereitung und Umsetzung einer neuen Airbus A320 Produktionslinie außerhalb Europas am Beispiel der Final Assembly Line in Tianjin, VR China, mit dem Ziel der Projektmanagementoptimierung durch den Einsatz von Wissensmanagement
- Microfinance in China and its effect on the rural-urban income gap
- Untersuchung der Wettbewerbsfähigkeit Chinas im Bereich der Textilindustrie im Vergleich zu Vietnam
- Eine Strategy-Tripod-Untersuchung des chinesischen Marktes für Elektrofahrzeuge am Beispiel von BYD Auto
- Analysis of Chinese Foreign Investment in NRW using the framework of OLI and LLL
- Die internationale Wettbewerbskraft der chinesischen Photovoltaikindustrie – Eine Analyse auf Grundlage des Diamantenmodells von Porter
- Die Gesundheitspolitik Chinas im Wandel – Gesundheitspolitische Reformansätze der Zentralregierung im Spannungsfeld zwischen staatlicher Regulierung und Privatisierung
- Eine vergleichende Analyse der Marketingstrategien der vier größten Sportartikelhersteller in China unter Heranziehung des Modells der 4P sowie des E.P.R.G.-Frameworks
- Strategische Investitionsplanung im Einzelhandelssektor der VR China – Marktpotenzialuntersuchung auf Basis einer Clusteranalyse der entwicklungsstärksten chinesischen Städte
- Bedeutung der Produktherkunft für den chinesischen Konsumenten: Eine Analyse anhand des Country-of-Origin-Effektes
- Herausforderung für chinesische Unternehmen auf dem deutschen Markt tätig zu werden – Eine vergleichende Fallstudie zu den Unternehmen Huawei und Sany
- Business Development im Bauingenieursdienstleistungssektor – Eine Analyse der Markteintrittsmöglichkeiten in China am Beispiel des Unternehmens Vössing

- Analyse der Bestimmungsfaktoren sowie des Verlaufs der Inflation in der VR China von 2009 bis 2012
- Unternehmensstrategie und die Grenzen modelltheoretischer Abstraktion – Am Beispiel der TÜV NORD auf dem chinesischen Bahnmarkt
- Komparative Analyse des zivilen Luftverkehrsmarktes am Beispiel von europäischen Fluggesellschaften unter Berücksichtigung des Struktur-Verhaltens-Ergebnis-Ansatzes
- China als Wirtschafts- und Entwicklungspartner: Chancen und Herausforderungen für die Entwicklung Ecuadors und seines Konzepts den „Buen Vivir“
- Untersuchung der Anwendungsproblematik des Konsumgütermarketingmix (4P) in der VR China
- Problemanalyse und Strategiekonzeption zum Wissensschutz ausländischer Unternehmen in der Volksrepublik China
- Analyse der Wettbewerbsstrategien ausgewählter Sportartikelhersteller in der VR China
- Analyse der Rolle von Inward- und Outward FDI für die Entwicklung der chinesischen Automobilindustrie
- Analyse der Präferenzen chinesischer Automobil-Kunden auf der Grundlage ausgewählter Kriterien
- Identität und Integration – Analyse der Unternehmenskulturen chinesischer Unternehmen in Deutschland anhand dreier Fallstudien
- Chinas Direktinvestitionen im Ausland
- Industriepolitische Ziele und Ergebnisse der staatlichen FDI-Steuerung Chinas am Beispiel der Automobilindustrie in China
- Markteintrittsstrategien und Marktbearbeitungsmodelle der deutschen Automobilindustrie in der VR China am Beispiel der BMW Group
- Die Bedeutung der Unternehmenskultur als wirtschaftlicher Erfolgsfaktor und das Problem ihrer Veränder- und Steuerbarkeit
- Das Bildungssystem als Grundlage für Entwicklung und Wachstum von Volkswirtschaften. Eine komparative Studie zwischen Deutschland und der VR China
- Analyse der Umsetzung von Corporate Social Responsibility (CSR) Standards in der Volksrepublik China unter besonderer Berücksichtigung der Arbeitsbedingungen
- Der Einfluss der chinesischen Kultur und Rahmenbedingungen auf den Einsatz von Marketinginstrumenten seitens internationaler Unternehmen
- Analyse der strategischen Ausrichtung deutscher Automobilhersteller auf dem chinesischen Markt
- Globalization and Nutrition Transition in Developing Countries (the Case of China)

- Eine länderspezifische Analyse der Corporate Governance Strukturen und der Einfluss auf den Unternehmenserfolg am Beispiel Deutschlands und der VR China
- Corporate Social Responsibility (CSR) – Analyse der Konzeption und die Umsetzung im Lebensmittel-Discounter
- Markt- und Ressourcenbasierte Untersuchung der Eignung von E-Flottenkonzepten für Chinas Ziel einen Leitmarkt mit global wettbewerbsfähigen Anbietern für Elektromobilität zu schaffen
- Imagepflege durch den Konsum von Fälschungen. Welchen Stellenwert hat Produkt- und Markenpiraterie für chinesische Studenten in Duisburg?
- Analyse intraindustrieller Aufholprozesse chinesischer Unternehmen durch Wissensabsorption am Beispiel der chinesischen Automobilzulieferindustrie
- Förderung und Entwicklung der Erneuerbaren Energien im Ländervergleich zwischen Deutschland und der Türkei
- Untersuchung der Wettbewerbssituation unter den Netzwerk-Carriern im europäischen Luftverkehr aus preisstrategischer Sicht
- Analyse von Risiken und Möglichkeiten ausländischer Direktinvestitionsprojekte in der VR China – Eine Umweltanalyse
- Analyse des Beitritts Kroatiens zur EU für die Fiskalpolitik des Landes
- Analyse des Marketingkonzeptes von BMW mit Fokus auf die Elektromobilität
- Ratingagenturen im Mittelpunkt einer Prinzipal-Agenten-Beziehung
- Eine Analyse der Beeinflussung von Kaufentscheidung durch Electronic Word of Mouth auf Bewertungsportalen
- „Euro-Zone in der Krise“: Welche Wirkung hat der Fiskalpakt auf die kurz- und langfristige Wirtschaftsentwicklung in den Krisenländern?
- Compliance – Vergleich standardisierter Compliance-Management-Systeme und Untersuchung der Eignung für verschiedene Unternehmenstypen
- International Brand Management: Der Einfluss von Brand Origin auf die Produktevaluation und das damit verbundene Kaufverhalten
- Entwicklungsszenarien der griechischen Volkswirtschaft bei einem Austritt aus dem Euroraum
- Analyse mikroökonomischer Erklärungsansätze der unternehmerischen Gewinnerzielung ohne Zinsforderung im Rahmen des Islamic Banking
- Die Bedeutung des strategischen Immobilienmanagements für Nicht-Immobilienunternehmen

(D) Zusatzstudiengang Ostasienwirtschaft

- Die Entwicklung der chinesischen Auslandsinvestitionen – Eine kritische Analyse