

Abschlussarbeiten im Wintersemester 2012/13 am Institut für Kommunikationswissenschaft:

Bachelorarbeiten:

„Die Blocher-BaZ-Kontroverse: Eine vergleichende Inhaltsanalyse zur Objektivität in der Berichterstattung“. (Gutachter Prof. Dr. Markus Behmer)

„Die Qualität der Wissenschaftsberichterstattung in Pfennig Magazin und Frankfurter Allgemeine Zeitung“ (Gutachter Prof. Dr. Stöber)

„Diskursive und liberale Öffentlichkeit: Wiederbelebung durch Social Media?“ (Gutachterin Prof. Dr. Theis-Berglmair)

„Ethische Kontroversen um die Benetton-Werbung. Eine quantitative Analyse der Werbewirkung am Beispiel zweier Kampagnen Oliviero Toscanis“. (Gutachter Prof. Dr. Markus Behmer)

„Im Internet findet man alle Infos, die man braucht.“ Quantitative Forschung zur Nutzung der Zeitung durch Auszubildende und deren Einstellung zum Printmedium“. (Gutachter Prof. Dr. Markus Behmer)

„Lokalfußball in Frankfurter Tageszeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Frankfurter Rundschau und der Frankfurter Neuen Presse“. (Gutachter Prof. Dr. Markus Behmer)

„Mediaforschung im Bereich des Fernsehens. Tradierte Formen und neue Herausforderungen“ (Gutachter Prof. Dr. Theis-Berglmair)

„Public Relations als Beruf und als Profession: Unterschiede und Herausforderungen“ (Gutachterin Prof. Dr. Theis-Berglmair)

Masterarbeiten:

„Azubis reden Klartext. Qualitative Gruppendiskussionen mit Jugendlichen über ihre Einstellungen zu sowie Erwartungen und Wünsche an die regionale Tageszeitung“. (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„CDU-Bundestagsabgeordnete im Netz. Eine qualitative und quantitative Analyse zum Einsatz von Facebook und Twitter“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Ein kleines Land – mehr als 160 Nationalitäten. Die Medienlandschaft Luxemburgs und die Herausforderungen, die sich für den Journalismus durch Triglossie und Multikulturalität ergeben.“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Theis-Berglmair)

„Employer Branding bei Facebook. Eine empirische Analyse der Eignung und der Erfolgskriterien von Facebook-Karriereseiten zur Ansprache von Bewerbern.“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Theis-Berglmair)

„Frauenquote in Medienunternehmen. Eine vergleichende Analyse der Situation in Deutschland und Norwegen“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen als polykontexturale Kontingenzreflexion. Eine systemtheoretische Analyse mit Beispielen aus der Textilindustrie.“ (EG Prof. Dr. Theis-Berglmair, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Herausforderung Social Media: Schlüsselfaktoren für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation in Virtuellen Sozialen Netzwerken am Beispiel von Facebook.“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Theis-Berglmair)

„Image und Reputationsmanagement in Organisationen der modernen Gesellschaft. Werttreiber oder Risikofaktor?“ (EG Prof. Dr. Theis-Berglmair, ZG Prof. Dr. Behmer)

„‘Nicht die Pflicht, sondern die Kür.‘ Silver Surfer bei Facebook. Eine qualitative Studie zum Mediennutzungsverhalten der Generation 65+“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Öffentlich-rechtlicher vs. privater Hörfunk. Das Informationsangebot zweier regionaler Radiosender im Vergleich“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„PR, Social Media und die Frage der Macht. Eine machttheoretische Analyse der Auswirkungen der Social Media auf die PR.“ (EG Prof. Dr. Theis-Berglmair, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Produktbezogene Fach-Pressemitteilung. Eine explorative Untersuchung von journalistischen Transformationsleistungen“. (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Public Relations im Social Media Dialog. Analyse der PR-Aktivitäten der Deutschen Bahn auf dem sozialen Netzwerk Facebook.“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Theis-Berglmair)

„Social Media als kommunikative Herausforderung und Instrument in der externen Unternehmenskommunikation. Eine analytische Bestandsaufnahme“ (EG Prof. Dr. Theis-Berglmair, ZG Prof. Dr. Behmer)

„Social Media im Stadtmarketing. Strategien der Städte und Motivation der Nutzer.“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Veränderungen des Themensetzungsprozesses im Agenda-Setting durch Web 2.0 am Beispiel der Bildungsprotestaktion ‚uni brennt‘“ (EG Prof. Dr. Stöber, ZG Prof. Dr. Theis-Berglmair)

„‘Wir müssen da mal was auf Facebook machen.‘ Eine Analyse der inhaltlichen und organisatorischen Gestaltung der Facebook-Auftritte staatlicher bayerischer Unternehmen“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

„Wir-Gefühl und Unternehmenserfolg am Beispiel der Kabinenwartung der Lufthansa Technik AG“ (EG Prof. Dr. Behmer, ZG Prof. Dr. Stöber)

Dissertation:

„Dissens als kommunikatives Instrument: Theorie der intendierten Selbstkandalisierung in der politischen Kommunikation“ (EG Prof. Dr. Markus Behmer, ZG Prof. Dr. Theis-Berglmair)