

FSES TM SOC 2007-2009

FSES TM SOC	TEC 3413/2007/1	Des blogs et des hommes : usages et conflits de grandeurs : une approche comparative des Swiss Blog Awards et de la Souris d'or 2006 / Caroline Mérier
FSES TM SOC	TEC 3413/2008/1	Capitalisme et nouvelles interférences entre vie professionnelle et vie privée : l'exemple des éducateurs spécialisés / Christelle Rey
FSES TM SOC	TEC 3413/2008/2	Succession des générations mécaniciennes et rôle des "anciens" dans la socialisation des jeunes mécaniciens / Steve Perroud
FSES TM SOC	TEC 3413/2008/3	Exercices d'évacuation d'avion : acquérir un savoir-faire dans l'interaction / Matthieu Brulhart
FSES TM SOC	TEC 3413/2008/4	Du champ académique au champ professionnel par les "stages" : parcours d'insertion "précaire" / Valérie Guex
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/1	Une consultation en dispensaire pédiatrique : l'interaction entre l'infirmière, la mère et le bébé / Claudia Zanini
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/2	Chroniques de la réinsertion : de la dialectique autonomisation–chronicisation des patients dans une unité de psychiatrie sociale du Jura bernois : une approche ethnographique d'inspiration ethnométhodologique / Thomas Jammet
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/3	La participation et la prise de décision lors d'une réunion de travail dans le cadre d'un projet pour les jeunes / Barbara Masotti
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/4	Le traitement médiatique de la grève des ouvriers CFF Cargo de Bellinzona : analyse des articles de La Regione, Le Temps et la NZZ pendant le mois de la protestation ouvrière / Valentina De Bianchi
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/5	Analyse multimodale des pratiques pédagogiques lors d'un cours de judo pour débutants / Lidia Travaini
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/6	NO-L-ITA : analyse en réception / Savina Faessler
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/7	Dire le problème, faire figurer le corps : analyse énonciative d'une campagne de prévention de la surcharge pondérale et de sa réception journalistique / Drilona Shehu Vuilleumier
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/8	Pour le meilleur et pour le pire : récits de vie : des histoires d'amour... avec ou sans histoires / Kata Wyss
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/9/1-2	Le spectacle sportif chez les groupes de supporters ultra : entre partisanerie et mise en scène / Sévrine Monnay (2 volumes)
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/10	La prostitution à Fribourg : figures de la prostituée vues à travers l'affaire Grossrieder / Katelijne Dick
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/11	Bildungsbiographien junger Erwachsener mit Migrationshintergrund : zu den intergenerationellen Transmissionsprozessen in Migrationsfamilien / Nadia Nicolini
FSES TM SOC	TEC 3413/2009/12	Kultur im Schweizer Fernsehen : Beispiel einer themenspezifischen Auswertung der kontinuierlichen Programmstrukturanalyse Schweiz / Stephanie Diana Fiechtner

FSES TM SOC 2010

FSES TM SOC	TEC 3413/2010/1	Rendez-vous sur mon blog : une recherche sur les relations entre blogueurs et lecteurs / Julia Joudié
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/2	Le supporter violent fait parler de lui : une étude des dispositifs de catégorisation mis en place dans la presse suisse / Annouk Dietschi
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/3	Pratiques conjugales dans un univers virtuel : étude de la construction des relations amoureuses dans l'univers de Second Life / Jonathan Reymond
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/4	Les communicateurs de l'OMS : quand des idéaux et une profession se confondent / Raluca Anamaria Mateoc
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/5	Les enjeux de la naturalisation : le sens de "devenir suisse" : entre volonté d'appartenir à la nation et aspects pragmatiques / Florence Savary

FSES TM SOC	TEC 3413/2010/6	Regards sociosémiotiques sur le traitement médiatique international d'un événement : l'affaire Polanski / Davide Ciampitti
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/7	S'engager et agir de concert : regard sur les pratiques militantes et la constitution du collectif de la section suisse d'Amnesty International / Mathieu Maridor
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/8	Nation Branding Swiss Made : Organisation und Image der Schweizer Landeskommunikation / Hans-Christian Baumann
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/9	Integration durch Fiktion? : ethnische Minderheiten in der ARD-Krimireihe "Tatort" / Anna Sophie Katharina Küfner
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/10	Der Einfluss der Medialisierung auf die Wissenschafts-kommunikation in den Geistes- und Sozialwissenschaften : eine empirische Untersuchung anhand von Hochschul-PR und ausgewählten Tageszeitungen in der Schweiz / Britta Meys
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/11	Investigativer Journalismus in der Schweiz : Rollenverständnis, Probleme und Wege in die Zukunft / Angela Lustenberger
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/12	Von Indianern und Steuertricksern : das Bild der Schweiz in der deutschen Qualitätspresse : eine qualitative Inhaltsanalyse der deutschen Berichterstattung über den Steuerstreit zwischen Deutschland und der Schweiz / Susanne Zibung
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/13	Berichterstattung und Kommentierung der Frequenzzuteilung 2008 : wie drei Zürcher Zeitungen aus unterschiedlichen Verlagshäusern die an Radio Energy verweigerte Konzession kommentieren und darüber berichten / Carmen Meyer
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/14	Unterhaltende Fernsehsendungen und deren Auswirkungen auf den Tourismus : eine Untersuchung am Beispiel von "SF bi de Lüt - Hemspiel" / Marco Alessandri
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/15	Relevanz als Qualitätsmerkmal und Nachrichtenfaktor in den SRG-Fernsehprogrammen : Ergebnisse aus der kontinuierlichen Fernsehprogrammforchung der Schweiz / Irene Durrer
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/16	Die Thematisierung von Unternehmen in Weblogs : eine Inhalts- und Netzwerkanalyse der Berichterstattung von A-List-Blogs über Finanzunternehmen / Domenico Paonessa
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/17	Qualitätssicherung in Wirtschaftsredaktionen : eine empirische Untersuchung in deutschschweizerischen Print-, TV-, Radio- und Online-Redaktionen / Dhiraj Sabharwal
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/18	Die Krebsliga Schweiz und Facebook : ist das Social Network ein geeignetes Kommunikationsmedium für eine Non-Profit-Organisation / Katherina Cihal
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/19	Die eidgenössische Minarettinitiative und deren Berichterstattung im In- und Ausland : eine Analyse des Themenzyklus und der Medienframes in schweizerischen, deutschen und österreichischen Printmedien / Thomas Gürlet
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/20	Reputationskonstitution in Blogs : Struktur und Inhalte der Online-kommunikation von Stakeholdern / Gabriel Pfaff
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/21	C Passion im Urteil des Publikums : empirische Leserschaftsbefragung zur Kundenzeitschrift von Citroën Bern / Saraina von Grünigen
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/22	Wie Schweizer KMU auf Facebook & Co. mitmischen : eine Untersuchung zur Nutzung und Handhabung von Social Media durch Schweizer Klein- und Mittelunternehmen / Annina Flaig
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/23	Wir amüsieren uns zu Tode : Kulturpessimismus oder Wirklichkeit? / Simone Weber
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/24	Minarette-Meinungsklima-Medien : die Erforschung der Schweigespirale anhand der Minarett-Initiative in der Schweiz / Robert Betschart
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/25	Personalisierung der Organisationskommunikation in den Medien : die personalisierte Berichterstattung über verschiedene Organisationen in Schweizer Printmedien im Vergleich / Bettina Schoch
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/26	Interpersonale Kommunikation und die Theorie der Schweigerspirale : eine Netzwerkanalyse unter Chefredaktoren / Xenia Schmidlin
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/27	NPOs und Social Media : Nutzung zwischen Informationsverbreitung und Dialog / Monika Belušková

FSES TM SOC	TEC 3413/2010/28	Qualitätsmanagement in Deutschschweizer Redaktionen : eine Studie zur Implementierung des TQM-Prinzips auf Schweizer Printmedien / Andrea Gysi
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/29	Die dreizehn konzessionierten Regionalfernsehsender der Schweiz : eine Programmstrukturanalyse in Ergänzung zum Forschungsprojekt der Universität Fribourg unter besonderer Berücksichtigung des Vielfaltsaspekts / Elena Luzio
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/30	Das Online-Spiel ECO City des Wirtschaftsmagazins ECO von SF (Schweizer Fernsehen) : Analyse der Wirkungen, des Nutzens und der unterhaltenden Aspekte des Online-Spieles ECO City und deren Folgen für die Konsumation der Sendung ECO von SF : kann durch ein Online-Spiel zur Konsumation einer Fernsehsendung animiert werden? / Julian Dennler
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/31	Medienkonzentration in der Schweiz : wie kritisch setzen sich Schweizer Tageszeitungen mit der zunehmenden Medienkonzentration in der Schweiz auseinander? : eine Inhaltsanalyse anhand der Fallbeispiele Tamedia-Edipresse Fusion und Verkauf der Basler Zeitung Medien / Maximilian Büttiker
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/32	Reputation Web 2.0 : wie Blogs die Reputation von Unternehmen in Krisen vermitteln / Lorenz König
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/33	La Maison des journalistes dans une perspective sociologique : le carrefour des parcours biographiques chez les journalistes exilés en France / Anna Lemonaki
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/34	Web 2.0 and 3.0 : how online journalists find relevant and credible information / Livia Hächler
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/35	Kommunikation von Corporate Social Responsibility im World Wide Web : eine empirische Studie über die Unterschiede in der CSR-Kommunikation international tätiger Banken der USA im Vergleich mit international tätigen Banken des deutschsprachigen Europas / Melania Laue
FSES TM SOC	TEC 3413/2010/36	Qualität der Nachrichtensendungen nichtkonzessionierter und konzessionierter privater Regionalfernsehsender in der Schweiz / Raphael Baader

FSES TM SOC 2011

FSES TM SOC	TEC 3413/2011/1	Eléments clés de stratégies communication-marketing en ligne dans l'industrie de l'eau en bouteille : étude de cas de la marque "evian" / Tess Sapin
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/2	Handkuss oder Ohrfeige? eine Untersuchung zur Möglichkeit des Lernens von sozialen Verhaltensweisen durch die Rezeption von Fernsehserien / Annina Seraina Pfisterer
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/3	Online-Sozialisation : eine Analyse des Zusammenhangs zwischen der Nutzung von Social-Networking-Sites und dem Sozialkapital / Selina Beeri
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/4	Das Mikrofon der Stimmlosen : ethnische Medien in der Schweiz : Bestandsaufnahme und qualitative Einblicke in die Kommunikatorforschung / Corinne Abächerli
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/5	Unparteilichkeit in der Berichterstattung der deutschen und der Schweizer Presse : der Gaza-Krieg 2008-2009 / Raimon Klein
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/6	Trajectoires migratoires : migrants brésiliens en Suisse / Emilie Morgan de Paula, née Francey
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/7	Finanzkommunikation während der Krise : die Auswirkungen der Wirtschaftskrise 2008 im Hinblick auf funktionale, soziale und affektiv-emotionale Aspekte im schweizerischen Bankensektor / Sandro Cramer
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/8	Vom Glamour-Minister zum Plagiator : eine inhaltsanalytische Untersuchung der Printberichterstattung über den Politiker Karl-Theodor zu Guttenberg während der Plagiatsaffäre in Deutschland und der Schweiz / Sina Klemm
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/10	Celebrity Endorsement für Non-Profit-Organisationen : eine Untersuchung der Wirkung prominenter Botschafter für gemeinnützige Zwecke / Olivia Steiner
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/11	Umweltkampagnen in der führenden Deutschschweizer Presse : eine Studie zu den Nachrichtenfaktoren in der Presseberichterstattung zu Umweltkampagnen der Greenpeace und des WWF / Petra Kropf

FSES TM SOC	TEC 3413/2011/12	Was passiert mit Mühleberg? : der politische Diskurs in Bundes-Bern über Atomkraft zwischen Mühleberg und Fukushima : eine Inhaltsanalyse / Janina Parel
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/13	Medienaneignung und Motive der Fernsehnutzung : eine empirische Untersuchung am Beispiel der Serie "Desperate Housewives" / Eva Hullin
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/14	Kultur-PR in der Museumlandschaft : publikumsorientierte Kommunikation, Event-PR oder einfach Public Relations? / Christine Hug
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/15	Rückläufige Zuschauerzahlen beim Regionalfernsehsender TeleBärn : eine Rezeptionsanalyse des Stammpublikums und potentieller Rezipienten / Barbara Nyfeler
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/16	Massenmediale Diffusion von Innovationsinformation : ein inhaltsanalytischer Regionenvergleich am Beispiel des Themas Elektromobilität in Deutschland 2000 bis 2010 / Oliver Hilber
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/17	Sieg über die Medien : eine Analyse des medialen Diskurses über die "Ausschaffungsinitiative" vom 28. November 2010 anhand von vier Schweizer Tageszeitungen / Cynthia Loembe
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/18	Vom kühnen Abenteurer zum verführerischen Lustobjekt? : die Veränderung des Männerbildes in der Anzeigenwerbung : eine qualitative Inhaltsanalyse der Kosmetikwerbung in der Schweizer Illustrierten im Zeitraum von 1920 bis 2009 / Stephan Kurmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/19	Der grosse Sprung in die Massenmedien : eine Medienresonanzanalyse der politischen Berichterstattung von Schweizer Tageszeitungen zur Frühjahrssession 2011 des National- und Ständerats mit Fokus auf die Vielfalt der Berichterstattung / Alessandra Köchli
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/20	Die Rolle von social Media bei der Personalgewinnung : konzeptionelle Grundlagen, empirische Erkenntnisse, Handlungsempfehlungen / Sergio Muster
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/21	EU-Öffentlichkeit durch Internet : themenkomplexe paneuropäischer Angebote : eine Untersuchung der Berichterstattung des Europäischen Parlaments auf facebook.com/europeanparliament / Yana Roulin
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/22	Personalisierung im Wahlkampf? : eine inhaltsanalytische Untersuchung der Bundestagswahlen in Deutschland / Eva Spittka
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/23	Celebreality-TV : ein Vergleich der US-amerikanischen Sendung "My New BFF" (Paris Hilton) mit der deutschen Sendung "Katze sucht Katze" (Daniela Katzenberger) mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse / Charlotte Nora Ulmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/24	Mediennutzung von Menschen mit Sehbehinderung / Regula Tschanz
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/25	Corporate Social Responsibility-Kommunikation auf Unternehmenswebsites von deutschen Medienunternehmen : Media Social Responsibility (MSR) / Silvia Siffert
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/26	Politische Kommunikation im Wahlkampf : die Beziehung zwischen der parteipolitischen Öffentlichkeitsarbeit und dem politischen Journalismus während den National- und Ständeratswahlkämpfen 2007 und 2011 / Adi Kolečić
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/27	Der Libyen-Krieg im Bild : eine vergleichende Analyse von visuellen Medieninhaltsframes in der fotojournalistischen Berichterstattung der Schweizer und Deutschen Tagespresse / Regine Anne Gerber
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/28	L'aéroport comme espace de luxe : analyse énonciative du dispositif d'affichage publicitaire dans la zone de transit de l'aéroport de Genève / Tatiana Polyakova Geny
FSES TM SOC	TEC 3413/2011/29	US-amerikanische TV-Serien im Vergleich mit Chinesischen : eine empirische Inhaltsanalyse mit Fokus auf Wertestrukturen und weibliche Geschlechterrollen / Seu-Jhing Tang

FSES TM SOC 2012

FSES TM SOC	TEC 3413/2012/1	Publizistische Vielfalt und mediale Konkurrenz im Raum Seeland-Jura : eine Inhaltsanalyse neun regionaler Tageszeitungen und drei regionaler Fernsehsender mit sich überschneidenden Verbreitungsgebieten / Marc Lüdi
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/2	L'Albanie à l'OTAN: tremplin pour l'adhésion à l'UE? / Dritan Mustafaj
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/3	WebTV in der Unternehmenskommunikation : eine experimentelle Untersuchung über den Zusammenhang zwischen WebTV und der affektiven Einstellungskomponente der Rezipienten am Beispiel von Red Bull TV / Corinne Bättig
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/4	Boulevardisierung der Wahlberichterstattung? : die Darstellung der Schweizer Parlamentswahlen in Tages-Anzeiger und Blick / Sandra Flückiger
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/5	Medien-Frames in der Kernenergie-Debatte : eine vergleichende Analyse der Berichterstattung in Schweizer Tageszeitungen zwischen 2007 und 2011 / Alexandra Bähni
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/6	Die Schweizermacher : Parallelen der im Film dargestellten Einbürgerungspraxis zur Realität durch die Befragung von eingebürgerten Schweizerinnen und Schweizern / Dragana Tovic
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/7	Einfluss der Presseförderung auf die Medienvielfalt : eine Untersuchung zu Printmedien in Europa / David Steiner
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/8	Visualisierung in der Krisenkommunikation und deren Einfluss auf die Vertrauenswürdigkeit : ein Experiment / Matthias Höfliger
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/9	Die Bewertung reputationsgefährdender Weblogs im Issues Management : Glaubwürdigkeit als zentrales Konstrukt für die Entwicklung eines Evaluationsinstruments / Marina Ruhs
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/10	Third-Person-Effekte in der PR : Untersuchung des Einflusses von Reputation auf Wirkungsannahmen im Kontext der externen Unternehmenskommunikation / Birgit Kretzer
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/11	Modernes Customer Relationship Management am Beispiel von zwei Schweizer Online-Shops / Elena Barth
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/12	Regionale Vielfalt in der Nordwestschweiz : eine multimediale Inhaltsanalyse tagesaktueller, publizistischer Inhalte im Raum Basel im Herbst 2011 / Ada Fehr
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/13	The credibility of online corporate social responsibility communication / Matthias Albisser
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/14/1-2	Graue Leinwand : Old Age im Kinofilm / Eva Claudia Bünter (2 volumes)
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/15	Medienarbeit im Schweizer Profifussball : eine kritische Analyse der Tätigkeit des Mediensprechers an der Schnittstelle zwischen Verein und Öffentlichkeit / Adrian Gaugler
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/16	Evaluation der Zeitschrift EDUCATION (amtliches Schulblatt) : eine quantitative Online-Befragung der Leserschaft von EDUCATION (amtliches Schulblatt) im Auftrag der Erziehungsdirektion des Kantons Bern / Silvana Jecker
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/18	First Ladies der USA in der Schweizer Illustrierten : was für ein Frauenbild wird in der Zeitschrift wiedergegeben? wie wird die First Lady wahrgenommen? : "die Darstellung der First Ladies anhand einer inhaltsanalytischen Untersuchung in der Schweizer Illustrierten" / Nathalie Nussbaumer
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/19	SF Zwei im Sog der Amerikanisierung? : eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Programmentwicklung des Schweizer öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders / Nadja Fankhauser
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/20	Zwischen Modediagnose und Volkskrankheit : Burnout in der öffentlichen Kommunikation der Schweiz / Susanne Gedamke
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/21	Ernährung, Bewegung und Körpergewicht im Fernsehen : eine empirische Untersuchung zur Darstellung der Themen Ernährung, Bewegung und Körpergewicht in Daily Soaps sowie eine Diskussion der möglichen Wirkungen dieser Darstellungen / Christine Wyler
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/22	Social media als Instrument der Unternehmenskommunikation : eine Analyse des Auftritts der Schweizer Universitätslandschaft im Social Web / Anita Suter

FSES TM SOC	TEC 3413/2012/23	Die Bedeutung von Social Media Monitoring für Unternehmen : am Beispiel des Telekommunikationsunternehmens Swisscom / Charlotte Schlegel
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/24	Die Basler Sicherheitswelt : Diskussion eines Konzepts im Hinblick auf die Thematik der Interkulturellen Kommunikation / Andrea Wyler
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/25	Das Lernpotential von Unterhaltungssendungen : eine Untersuchung der Serie "Das Traumschiff" / Julia Zosso
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/26	Facebook-Nutzung Schweizer Parlamentarier im Jahr 2012 : eine inhaltsanalytische Untersuchung der Öffentlichkeitsarbeit Schweizer Parlamentarier auf der Netzwerkplattform Facebook / Sandra Zottl
FSES TM SOC	TEC 3413/2012/27	Les journalistes professionnels face à la participation des lecteurs dans les quotidiens suisses romands en ligne / Rebecca Lineham

FSES TM SOC 2013

FSES TM SOC	TEC 3413/2013/1	Verbandslobbying in der Schweiz : wie beurteilen Fischer in der Schweiz die Lobbyaktivitäten des Schweizerischen Fischereiverbandes anhand ausgewählter Qualitätskriterien? / Simon Witschi
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/10	Die Berichterstattung des Schweizer Fernsehens zur Eurokrise : eine Analyse anhand des Framing-Konzepts / Manuela Mahle
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/11	Realitätsgehalt in Fernsehserien : welche Differenzen sowie Gemeinsamkeiten werden unter dem Aspekt der Realitätstreue in Bezug auf die methodische Falllösung festgestellt? / Melanie Leuenberger
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/12	Know your crowd : the drivers of success in reward-based crowdfunding / Jonas Wechsler
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/13	Die Entwicklung des Bildes der Frauen in der Sendung "Temps présent" 1969-2009 / Caroline Iberg
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/14	"Twitter" im Journalismus: mehr Interaktivität durch Zwitschern? : die Verwendung der Interaktivitätsfunktionen von "Twitter" im Deutschschweizer Journalismus / Pasquale Prosperati
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/15	Framing der Berichterstattung zur Eurokrise : eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung in der Neuen Zürcher Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zur Zypernkrise / Caroline Dalmus
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/16	"So what - we're the Press!" : eine filminhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung der Medien im US-amerikanischen politischen Spielfilm / Léa Zürcher
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/17	Sind Medien online stärker von Boulevardisierung und Emotionalität betroffen, um Aufmerksamkeit und Leserbindung zu generieren? : ein Vergleich von Print- und Onlinejournalismus der deutschen "Bild"-Zeitung und des Schweizer "Blicks" / Felix Holder
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/18	David gegen Goliath : Initiative "gegen die Abzockerei" : eine inhaltsanalytische Untersuchung von Medien-Frames in Deutschschweizer Tageszeitungen / Michel P.J. Hersche
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/19	Social networking sites, political participation and the public sphere in the context of the European Union / Martine Laplume
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/2	La stratégie de communication-marketing de l'état transitoire de l'innovation dans le domaine de la téléphonie mobile : le cas de BlackBerry / Daniel Monney
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/20	Realitätsdarstellungen von Scripted Reality-Formaten : eine inhaltsanalytische Untersuchung ausgewählter Fernsehsendungen / Anna Fehrenbacher
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/21	A user oriented approach to social media and airlines : an empirical study on the motivating factors involved in the use of social media, the influence of socio-demographic factors thereon and users' intentions to revisit / Daniel Waldisberg
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/22	"Nyon ville de festivals" : l'événement, support identitaire et vecteur d'engagement citoyen / Noémie Julie Rossier

FSES TM SOC	TEC 3413/2013/23	Nonfiktionale Fernsehunterhaltung und Qualität : auf der Suche nach dem Mehrwert öffentlich-rechtlicher TV-Unterhaltung Deutschlands, Österreichs und der Schweiz / Marc Perler
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/24	Leserschaftsbefragung zum "Appenzeller Volksfreund" / Tabea Mägli
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/25	Die Pressemitteilungen der Caritas Schweiz und ihre Resonanz in sieben Deutschschweizer Tageszeitungen : eine Input-Output-Analyse / Larisa Mbilo
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/26	Die dramaturgische Funktion und die Inhalte des Blogs in der Fernsehserie "Gossip Girl" / Caroline Lais
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/3	Kulturelle Vielfalt oder virtuelle Einheit : die Ausprägung kulturspezifischer Merkmale in sozialen Netzwerken / Nikolas Dworak
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/4	Vielfalt im Fernsehen der italienischen Schweiz : öffentlich-rechtliche und private Programme im Vergleich : inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung von RSI und TeleTicino / Franziska Gertsch
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/5	Konfliktaustragung mit neuen Medien : Erfahrungswissen und Problemwahrnehmung von Cyberbullying sowie Selbsteinschätzung der Medienkompetenz bei Schulsozialarbeitern : eine qualitative & quantitative Untersuchung / Bo Reichlin
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/6	Marketingvirus Onlinevideo : eine theoretische Auseinandersetzung mit viraler Markenkommunikation und deskriptive Analyse viral erfolgreicher Werbevideos / Philipp Andonie
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/7	Wer ist das Publikum des Festivals Belluard Bollwerk International? : eine empirische Untersuchung zum Kulturverhalten des Publikums des 28. Festivals Belluard Bollwerk International vom 24. Juni bis 02. Juli 2011 in Freiburg (Schweiz) mit Fokus auf den Uses-and-Gratifications-Ansatz / Stephanie Falk
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/8	Schweizer Eishockeyklubs online : eine Betrachtung zur Nutzung neuer Medien in der National League A / Andrea Fink
FSES TM SOC	TEC 3413/2013/9	Auf Partnersuche : eine empirische Analyse der Kontaktanzeigen der Singles des Tages im Schweizer Gratismedium Blick am Abend / Jill-Nadine Reuvener

FSES TM SOC 2014

FSES TM SOC	TEC 3413/2014/1	"Facebook" und "Twitter" als Informationsquellen in Schweizer Onlinezeitungen / Janine Kübler
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/2	Nutzung von Gratiszeitungen bei Jugendlichen in der Schweiz : Information oder Unterhaltung? / Annina Just
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/3	Afro-descendant resistance : a strategy of territorial self-determination in Colombian Northern Cauca / Attilio Bernasconi
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/4	Umwelt- und Naturaffinität im Dokumentarfilm / Johanna Sophia Garske
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/5	Persönlichkeitsunterschiede innerhalb der deutschsprachigen WIKIPEDIA-Community : eine Web-Befragung von Autoren und Administratoren / Leonie Ehrl
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/6	Information leaks in the Snowden affair and media coverage : identifying the National Security Agency's crisis communication strategy and the way The Washington Post and The Guardian have relayed this information / Céline Bovier
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/7	Kultur-PR 2.0 : eine Analyse der Social Media Strategie von Schweizer Kunstmuseen / Patricia Hug
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/8	L'effet des recommandations des internautes sur l'e-réputation des acteurs : étude à partir de sites d'intermédiation d'e-tourisme / Jolinda Van Jones
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/9	Polizei und Medien : ein kantonaler Vergleich im Umgang mit Grossveranstaltungen / Barbara Lüthi
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/10	Les médias et leurs sources : l'information et son traitement par les médias : étude du traitement des communiqués de presse de la banque UBS par deux quotidiens romands lors de la crise subie par UBS en 2007 / Grégoire Tardin

FSES TM SOC	TEC 3413/2014/11	Wissenschaftsjournalismus in Deutschschweizer Tageszeitungen : Institutionalisierung - Qualitätssicherung - Leistungsbeurteilung am Beispiel der Berichterstattung über Astronomie, Astrologie und Raumfahrt / Mirco Saner
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/12	Le lobbying fédéral en Suisse : quelle perception la population a-t-elle de la relation lobbyiste-politicien? / Loïc Reffet
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/13	L'usage du jeu vidéo et la pensée créatrice chez l'enfant : vers une émergence d'idées non-conventionnelles dans la résolution de problèmes / Michel Pham
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/14	L'influence des publiereportages sur le comportement des consommateurs dans le contexte de la responsabilité sociale d'entreprise : analyse de l'intention d'achat et de l'attitude à l'égard de l'entreprise : étude de cas : l'entreprise Coop / Ghizlane Arifine
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/15	Gatekeeping vs. Gatewatching : Informationsvermittlung im Zeitalter der Online-Suchmaschinen : eine empirische Analyse von Google und Linkarena in Deutschland und der Schweiz / Ilona Gähwiler
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/16	Nutzungsintensität von Webinhalten im Kontext der Rezeptions-Situation : eine Typologie von Website-Besuchen / Janine Lee
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/17	Das Verhältnis von Journalismus und PR auf Basis des Intereffikationsmodells : eine Input-Output-Analyse der Medienmitteilungen von Coop und Migros sowie der redaktionellen Berichterstattung über Coop und Migros zwischen Januar und Juni 2014 / Alena Kress
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/18	Mediale Selektion und Verwertung von Verwaltungskommunikation : ein empirischer Vergleich zwischen der Stadt Luzern und der Stadt Bern / Yanik Schubiger
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/19	Internet-Marketing im Musikbusiness : wie wirkt sich der Einsatz von Facebook auf den Erfolg von Bands aus? / Peter Gisler
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/20	Kommunikationsstrategien von Nonprofit-Organisationen am Beispiel einer Akzeptanzanalyse der Stiftung Theodora / Anina Schneider
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/21	Online binding communication to promote responsible behaviours : a solution for environmental related organisations? / Patrick Pythoud
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/22	Cultural differences in the Facebook communication of nonprofit organizations in French and German speaking Switzerland / Laura Graafen
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/23	An analysis of the relationship between corporations in the Swiss luxury watchmaking industry and their publics on Facebook / Andreea Zaharia
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/24	Der Domestizierungsprozess mobiler Medien und daraus resultierende Auswirkungen / Stephanie Stähli
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/25	Cultural differences in corporate communication on Facebook / Iryna Shkorbotun
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/26	Das Verhältnis von Journalismus und PR am Beispiel der Berichterstattung über die SBB Cargo Krise 2008 / Stefanie Probst
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/27	Social media, health risks and consumption among college students : is Red Bull's sport and event axed communication sufficient to mask a controversial product? / Kim [Isabelle] Widlicki
FSES TM SOC	TEC 3413/2014/28	Communal land reform in Namibia : media and political communication : an analysis of the governmental communication and press coverage / Isabel Zbinden

FSES TM SOC 2015

FSES TM SOC	TEC 3413/2015/1	Die Konstruktion nationaler Identität in der Schweizer Sportberichterstattung am Beispiel des Davis Cup 2014 : zweistufige Inhaltsanalyse der Fernsehbeiträge von SRF und RTS / Tania Binsacca
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/2	Corporate responsibility of global sport governing bodies : a media resonance analysis of CSR initiatives and their interpretation in the media / Tristan Attila Julius Hahn
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/3	Krisenberichterstattung am Beispiel der Ukraine-Krise / Anastasia Mamonova

FSES TM SOC	TEC 3413/2015/4	La communication dialogique et les interactions des utilisateurs sur Twitter : application: hashtag du #19H30 du téléjournal de la Radio télé suisse / Jacques Michel Kaimbo
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/5	Schweizer Luxusuhrenmarken auf Facebook Fanpages : eine Untersuchung der Marken IWC, Rolex und Vacheron Constantin / Jill Mauerhofer
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/6	Storytelling: a promising communication strategy? : an empirical study / Patrizia Lamprecht
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/7	Gestion de la communication de crise : quelles conséquences pour la réputation des CFF suite à la crise organisationnelle de décembre 2012? / Stéphanie Micheloud
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/8	Industrialisation des affects par le marketing et la communication : étude qualitative des représentations sociales de la génération Y / Lou-Anne Duthoit Pedrosa
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/9	Unterschiede in der Reputationswahrnehmung von Transportunternehmen in vermeidbaren Krisen durch die Berichterstattung der Boulevard- und Qualitätspresse Deutschlands / Janina Fritscher
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/10	How to integrate Generation Y in Swiss road safety campaigns? : an analysis of two Swiss campaigns: 'Cherchez le regard' and '15 minutes de Turbosieste' / Juliane Davet
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/11	The communication of brand identity on Facebook : a comparison of women's sports apparel companies / Carmela Reyes
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/12	Entrepreneurship und Medieninnovationen : eine empirische Untersuchung journalistischer Startups als unternehmerische Gelegenheiten im Journalismus / Manon Graas
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/13	La communication de la responsabilité sociale d'entreprise dans le milieu bancaire : une étude de cas de la stratégie de la Banque cantonale de Fribourg / Nicolas Gasser
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/14	Promotion touristique et Instagram : une étude sur les caractéristiques du Brand-related UGC relatif aux marques territoriales et les stratégies des entreprises vis-à-vis de ces contenus : le cas des marques territoriales des cinq régions touristiques de Suisse romande / Dino De Francesco
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/15	Le marketing social pour le bien-être de l'individu et de la société? : apport de l'engagement et de l'incitation lors d'une intervention visant un changement de comportement / Matthias Vauthier
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/16	L'argumentation RSE dans la communication de crise : le cas de l'effondrement du Rana Plaza / Stéphanie Perret
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/17	Hinter den Bundeshaus-Kulissen : "Beziehungsspiele" und informelle Kommunikation zwischen Bundeshausjournalisten und Parlamentariern sowie zwischen Bundeshausjournalisten und Informationsverantwortlichen auf Bundesebene / Oliver Spieser
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/18	Berichterstattungsdynamiken des Syrienskonflikts : eine Untersuchung der Berichterstattung zum Konflikt in Syrien von 2010 bis 2015 in der "Neuen Zürcher Zeitung" anhand eines Phasenmodells der Kriegsberichterstattung / Kerstin Vlcek
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/19	Social Media als Quellen in Tageszeitungen : Repräsentanz versus Partizipation im öffentlichen Diskurs / Joschka Vogt
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/20	Sport und Gesundheit aus dem Smartphone : eine empirische Analyse zur Nutzung von Gesundheits- und Sport-Apps auf der Basis des Uses-and-Gratifications Ansatzes und der Theory of planned Behavior / Naemi Heiniger
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/21	Wenn das Web meine Präferenzen kennt : eine empirische Studie zur Nutzerakzeptanz personalisierter Werbung auf Social-Media-Plattform / Nadja von Burg
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/22	Ständige Erreichbarkeit durch Smartphones : arbeitsbezogene Mediennutzung, Grenzziehungen und Wohlbefinden / Karin Schuler
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/23	Une étude sur les effets de différents formats de publicité mobile sur la mémorisation / Florian Sulliger
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/24	Länderimage-Forschung mit Hilfe des impliziten Assoziationstestes : Messung impliziter und expliziter Einstellungen gegenüber der Schweiz / Mariette Inderbitzin

FSES TM SOC	TEC 3413/2015/25	UBS, Nestlé, Swiss und Co.: Botschafter der Schweiz? : Inhaltsanalyse medial konstruierter Assoziationen zwischen Schweizer Unternehmen und der Schweiz und ihrer Korrelation zu den Dimensionen des Länderimages / Dorothea Portmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/26	"Die Katastrophe als Sensation" : inhaltsanalytische Untersuchung Schweizer Zeitungen zur Berichterstattung über Erdbeben von 2009-2015 / Fabian Kernen
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/27	The impact of the political leader's image on their home country's image / Susanne Klein
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/28	Medienberichterstattung über Beach Soccer Schweiz : die Medienpräsenz in den Jahren 2012-2014 / Flavio Lorenzini
FSES TM SOC	TEC 3413/2015/29	Privatisierung des öffentlichen Rundfunks : ein diachroner Vergleich von TVNZ, TF1 und TV2 / Catherine Meyer

FSES TM SOC 2016

FSES TM SOC	TEC 3413/2016/1	La cueillette de plantes sauvages comestibles à l'ère de l'alimentation industrielle / Damien Krattinger
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/2	La mobilité collaborative en Suisse : quelles sont les motivations et les freins des consommateurs à participer aux services collaboratifs pour se déplacer? / Samuel Yerly
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/3	Die Darstellung der Frau in Werbeinseraten : eine aktuelle Bildanalyse von Werbeinseraten in den Frauenzeitschriften "Glamour" und "Joy" / Laura Ramic-Monney
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/4	The effect of public diplomacy on the domestic public : the impact of public diplomacy on country identity / Dominique Richner
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/5	Die Pegida-Bewegung im Spiegel der Online-Kommentare auf Online-Nachrichtenportalen und Social-Media-Plattformen / Adrian Siuda
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/6	Die Nutzung von beziehungsrelevanten Filmen als Prädiktion des Liebeslebens : eine Analyse der Effekte des Filmkonsums auf die Zufriedenheit in der Partnerschaft / Vera Studer
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/7	E-réputation: stratégies, objectifs et défis des entreprises sur le web social : le cas de la marque "Sel des Alpes" / Chiara D'Arpa
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/8	Consommation collaborative et relations publiques à l'ère numérique : étude de cas de plateformes suisses / Célestine Descombes
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/9	Le "storytelling", support de l'identité de la marque de luxe dans le court-métrage publicitaire : la marque "Cartier" comme étude de cas / Tania Cardoso
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/10	A part of Europe or apart from Europe? : die Reputation der Schweiz im Spiegel britischer und deutscher Leitmedien im Zeitraum 1992-2014 / Katharina Bornhauser
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/11	Usage de Facebook et influence sur la relation entre le musicien et le fan : analyse qualitative du groupe "Dada Ante Portas" / Simone Burgener
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/12	Crowdsourcing et collaboration avec les consommateurs en ligne: comment et pourquoi motiver la participation? : une étude de cas / Anaïs Jeanmonod
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/13	Geschlechtsspezifischer Umgang der Moderation und Kameratechnik mit weiblichen und männlichen Talkgästen in politischen Talkshows / Flavia Kistler
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/14	La télévision en 140 caractères : étude des motivations à twitter pendant des émissions de télévision en direct / Nicolas Grand
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/15	Ethique, communication et organisation: une approche par les droits de l'homme : évaluer la performance éthique de campagnes de communication : le cas Redman, Virtua et Romande énergie / Adeline Frascotti
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/16	Media news framing of a crisis : a study on the concept of news framing and its importance for organizations in crisis : the case of the 2015 FIFA crisis / Stéphane Egger

FSES TM SOC	TEC 3413/2016/17	Frame-Building im Abstimmungskampf um die RTVG-Revision : eine Untersuchung zum Einfluss von strategischen Frames auf die Berichterstattung in Schweizer Tageszeitungen / Barbara Kobelt
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/18	Analyse d'une campagne sur les réseaux sociaux et analyse de la relation en ligne entre organisation et public, dans l'optique des cinq principes de Hallahan (2008) : la Conférence sur le climat de Paris promue par le WWF Suisse sur Facebook et Twitter / Nora Pedrazzini
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/19	Conceptualization and operationalization of tourism destination image from a public relations perspective . applying the 4-D model on a mountain tourism destination / Valérie Perren
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/20	Perspectives on Ebola : a comparative analysis of media frames on the 2014 Ebola outbreak in the American and Liberian daily press / Melissa Anderson
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/21	Konvergente Berichterstattung : zwischen Recycling und Vielvalt / Etienne Bürdel
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/22	Die filmische Darstellung von Journalisten im Laufe der Zeit : eine inhaltsanalytische Untersuchung von zwölf ausgewählten Filmen aus sechs Jahrzehnten / Nadine Ellis
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/23	E-commerce proficiency of luxury fashion brands in Switzerland : a qualitative analysis of the digital luxury fashion landscape / Marjan Lakic
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/24	The use of social media across different crisis and emergency events : a comparative study approach / Mirja Elena Heiter
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/25	Online reputation of a company after a crisis : a case study of the influence of the diesel emissions scandal on Volkswagen's online reputation in Switzerland / Nathalie Sifrig
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/26	"Ich will ein Sixpack!" : welche Faktoren beeinflussen die Veränderung der Körperzufriedenheit? : eine Untersuchung anhand des muskulösen Schönheitsideals auf Instagram / Elena Scacchi
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/27	Automatisierte und personalisierte Selektion von Medieninhalten : ein Überblick und propositional Inventory / Jonas Ryser
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/28	"Wissen ist das Eine, das kulturelle Setting etwas Anderes" : eine qualitative Untersuchung bei fünf Schweizer NGOs über die Anpassung ihres Kommunikationsmanagements an das kulturelle Umfeld ihrer Projektländer / Laura Furlanetto
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/29	Gemeinsam politainisieren : markante Tendenzen in den Schweizer Polittalks / Lisa-Lena Fluri
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/30	Das Image des Schweizerischen Bundesrats : Analyse aus Sicht des politischen Kommunikationsmanagements / Lukas Wittwer
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/31	Die Revision von Framing-Effekten durch deren grösste Antagonisten : inwiefern lassen sich Framing-Effekte durch die drei Einflussfaktoren 'individuelle Voreinstellungen zu einem Thema', die 'Glaubwürdigkeit der Quelle' sowie den 'Frametyp' einschränken? / Janine Jungo
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/32	Organisationskommunikation als Entscheidungskommunikation am Beispiel der FIFA / Sarah Maria Schupp
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/33	Wir schaffen das! Schaffen wir das? : Europa in der Flüchtlingsdebatte : eine quantitative Untersuchung zur Darstellung der Flüchtlings-Berichtersattungen von öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmagazinen in Deutschland, Österreich und der Schweiz / Kristin Pröpfer
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/34	Eyesore or cultural hot spot : media frame analysis of the cultural center "Reitschule" in the local newspapers "Der Bund" and "Berne Zeitung" / Anne-Catherine Minnig
FSES TM SOC	TEC 3413/2016/35	Du temps court au temps long: fidéliser le festivalier par la communication : le cas des Rencontres folkloriques internationales de Fribourg / Natacha Owen

FSES TM SOC 2017

FSES TM SOC	TEC 3413/2017/1	Livestreaming als neue Chance für Randsportarten : eine Online-Befragung zur Nutzung von Livestream-Angeboten der Schweizer Basketball-, Handball-, Volleyball- und Unihockey-Ligen / Louis Bourquin
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/2	Haute horlogerie et nouveaux médias : une intégration des médias sociaux aux stratégies de communication marketing / Sarah Pellaton
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/3	Why do you give? : an analysis of Backers' motivations in the Swiss crowdfunding market / Clelia Malinverni
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/4	Social Media in Berner Gemeinden : eine Untersuchung zum Einsatz sozialer Medien in der externen Kommunikation der Gemeinden im Kanton Bern / Nathalie C. Maring
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/5	Medialer Röstigraben? : die Frames der Flüchtlingsbewegungen in den Informationssendungen von SRF und RTS / Jean-Michel Wirtz
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/6	Le rôle des réseaux sociaux dans les relations public-presse-police et le circuit de l'information du modèle des 4P : le cas de la Police cantonale vaudoise / Aline Ecuyer
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/7	Communication des entités organisatrices des Jeux Olympiques : quelles évolutions en termes de relations publiques au 21ème siècle? / Mélissa Fuligno
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/8	A review of the use of psychophysiological methods in health communication research / Perina Siegenthaler
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/9	Framing humanitarian campaigns to impact potential donors : an analysis of Amnesty International's "It's not happening here, but it is happening now" and Caritas's "Water for Debiti" / Nora Arbnore Sada
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/10	The Ability to Attract : Länderimages und ihre Wirkung auf Einstellung und Kaufabsicht / Maria-Rosa Saturnino
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/11	Lugano 2025 : a citizensourcing platform for citizen engagement in the city of Lugano (CH) : an analysis of the motives to participate in a citizensourcing platform and public service motivation / Alessandra Vismara
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/12	Welche Argumente und Akteure dominieren den öffentlichen Diskurs zur Anzahl Fremdsprachen in Deutschschweizer Primarschulen? : eine Medienresonanzanalyse bestehend aus Input- (politische Geschäfte) und Output- (Presseberichterstattung) Analysen zur Fremdsprachendebatte / Daniela Schmutz
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/13	Social-Web-Check : wie nutzen Berner Gastronomiebetriebe Facebook und Instagram zur Kommunikation mit ihren Gästen? / Nina Sonderegger
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/14	Die Energiewende in der Schweiz : eine qualitative Frame-Analyse der Berichterstattung über den Atomausstieg in der Schweiz mit Berücksichtigung des Kernkraftwerkbetreibers BKW Energie AG / Alma Rexhaj
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/15	How online media report on fatness in Germany and Switzerland : an integrative approach for measuring verbal and visual frames / Saskia Wyss
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/16	L'intégration du concept "smart" dans l'écosystème touristique : une étude de cas des offices de tourisme de la Suisse romande / Iris Wolfisberg
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/17	Der relative Einfluss situativer Faktoren und des Self-Monitorings auf die Nutzung von Fernsehserien / Pascal Zühlke
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/18	Le sponsoring et les ambassadeurs de marque dans l'horlogerie suisse : étude de cas des marques Armin Strom, Tag Heuer et X / Jeanne Pillet
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/19	Social network sites and political communication : the use of Facebook during a voting period by political parties and young adults / Aude Ratzé
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/20	Der medienikonische Gehalt von Pressebildern der aktuellen Flüchtlingskrise : eine empirische Analyse / Annick Busset
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/21	Media companies' communication strategies on social media and Hofstede's cultural dimensions : similarities and differences in Switzerland with the case of the RTS and the SRF / Maeva Chiari
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/22	Handeln im digitalen Zeitalter : eine qualitative Befragung ausgewählter Entscheidungsträger / Aline Clauss

FSES TM SOC	TEC 3413/2017/23	Der Einfluss der Influencer Kommunikation in der Online PR / Angelina Tovirac
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/24	Les spécificités de la communication en milieu culturel : étude de cas d'un atelier de communication visuelle / Valentin Favre
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/25	Sportwerbung mit Testimonials : eine Analyse der Werbewirkung von Testimonials mit unterschiedlichem Prominentenstatus / Sarah Fuhrmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/26	Crisis communication and its impact on the consumers' perceptions : case study: Samsung's Galaxy Note 7's crisis / Anaïs Henry
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/27	Participation du public dans les médias suisses romands : perception et réalité / Anaïs Grandjean
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/28	Co-creation in virtual customer communities : a case study exploring customer participation in the preview communities platform hosted by the Swiss Federal Railway operator (SBB) / Tijana Kojic
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/29	Making for humanity : maker motivations to participate in humanitarian projects / Jimena Lazarte Gálvez
FSES TM SOC	TEC 3413/2017/30	Die Relevanz von Third-Party Blogs in der Organisationskommunikation : eine explorative Analyse der Schweizer Tourismusbranche / Nadia Tranali

FSES TM SOC 2018

FSES TM SOC	TEC 3413/2018/1	Les relations publiques sur les médias sociaux : application à de petites et moyennes entreprises fribourgeoises / Aurélie Yuste
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/2	Twitter: Wahlkampf goes Web 2.0 : eine Analyse der politischen Kommunikation auf Twitter / Christian Berchtold
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/3	Eine qualitative Untersuchung der politischen Kommunikation auf Twitter während der französischen Präsidentschaftswahl 2017 / Serna Aydemir
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/4	The use of self-defeating humour on social networks for "positive" impression management : a quantitative research on self-presentation through internet memes on Facebook / Clara Migliarini
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/5	Un monde en transition : état de lieux de la presse quotidienne suisse et de son implication dans le domaine numérique : recherche descriptive sur les plateformes numériques, les régies publicitaires et les propriétaires des titres quotidiens suisses / Sven Peter
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/6	The role of citizen participation in smart city projects : the case study of Amsterdam Smart City / Svetlana Rodina
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/7	Zwischen Wärme und Kompetenz : Geschlechterstereotype im politischen Wahlkampf : eine sekundäranalytische Untersuchung der Berichterstattung im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2015 / Tobias Rohrbach
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/8	Der Einfluss von Medienberichterstattung und Stereotypen auf das Landesimage : eine Analyse am Fallbeispiel der Schweiz / Jérôme Chariatte
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/9	Understanding the impact of motivations and antecedents on consumer engagement with brand pages on Facebook / Ethan Cuoco
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/10	L'avènement du chatbot : entre confiance et méfiance d'une nouvelle forme de communication / Helena Draganovic
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/11	Electronic Word-of-Mouth im Dienstleistungssektor : eine quantitative Facebook-Analyse der Bundesbahnen SBB, DB und ÖBB / Lydia Dubach
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/12	The impact of positive emotions on health-related behavior : an empirical study in an adapted setting of the E-EPPM / Sybille Holtkamp
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/13	Glaubwürdigkeit von Informationsquellen im onlinebasierten Reiseplanungsprozess / Silvana Grellmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/14	Participation citoyenne et relations publiques entre gouvernements de villes et mouvements citoyens : étude exploratoire entre les élus politiques des villes de Bulle et Fribourg et les mouvements citoyens "Graines d'avenir" et "Fribourg demain" / Charlotte Volery
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/15	The Facebook privacy crisis : how is a crisis perceived in different cultures and countries? : a quantitative content analysis of tweets / Robert Krcmar

FSES TM SOC	TEC 3413/2018/16	La présentation de soi sur Instagram : le rôle de la photographie dans la mise en scène de soi : une étude des comportements, des motivations et des usages sur Instagram / Gordana Stanojlovic
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/17	Wandel in der Politikdarstellung? : Untersuchung über die Personalisierung in der Politikberichterstattung wichtiger Schweizer Zeitungen über den Bundesrat von 2001 bis 2017 / Ricarda Studer
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/18	How corporate crises affect country reputation : an experimental study about crisis attribution and reputation spillover / Vinzenz van den Berg
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/19	Opportunities, prospects and chances : analysis of projects and initiatives that try to improve journalism, and their evaluation by experts / Jannis Valaulta
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/20	Die Qual der Wahl zwischen der Marke und dem "Made in" Label : eine Analyse zur Rolle der Marke im Einfluss von ethnozentrischen Tendenzen auf die Kaufbereitschaft für Wanderrucksäcke bei Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten / Manuela Wicki
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/21	Incivility, Sarkasmus und Bots auf Twitter : die Abstimmungsdebatte über das #geldspielgesetz / Carmen Rebecca Wehrli
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/22	Usages et non-usages de e-services : proposition d'un modèle de recherche : le cas des e-services proposés par les assurances-dommages en Suisse / Camille Biemann
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/23	Country image dimensions on Twitter : Switzerland, Austria, and the Netherlands in comparison : a country-based social network analysis and a qualitative content analysis of tweets shared by the most influential users / Giada Calamai
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/24	Le serious game dans le recrutement : quels apports pour la marque employeur aux yeux de la génération Y? / Leslie Favre
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/25	Acceptation et usage de "chatbots messenger" / Charlotte Fama
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/26	Die Schweiz: profitsüchtiges Steuerparadies oder Bekämpferin egoistischer Banken? mediale Darstellung und Public Diplomacy im Kontext der SwissLeaks / Christina Lydia Graf
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/27	Politischer Journalismus zwischen Hashtag und Retweet : eine Untersuchung zur Nutzung von politischen Tweets als Informationssubventionen durch Schweizer Journalisten / Thomas Zeller
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/28	Alternative media from the inside : an analysis of the working organization and working practices of alternative media : case study of community radio station "Kalewche", in Esquel, Argentina / Fernando Bolaños Bautista
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/29	Open innovation in healthcare : a case study about participatory innovation practices of a Swiss university hospital / Luc Miller
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/30	Imagetransfer im Kontext von Public Diplomacy : eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss von Politikerimages auf Länderimages / Nina Oppermann
FSES TM SOC	TEC 3413/2018/31	Das Potenzial von narrativen Formaten in der Burnout-Prävention / Michèle Nefzger

FSES TM SOC 2019

FSES TM SOC	TEC 3413/2019/1	La communication de crise sur les médias sociaux étude de cas de La Redoute et de H&M Sergio Vonlanthen
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/2	Social media communication in a creative and mixed industry a quantitative and qualitative analysis of social media usage in the Swiss film industry David Yela
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/3	La communication de la marque employeur au regard du travail flexible et de la génération Y Natacha Wicht
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/4	Sportskandale und Medien-Frames eine Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung über Skandale der Schweizer Fussball Nationalmannschaft Nathalie Künzli
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/5	Algorithmic journalism the rise of the bots : in what way do automatically generated articles differ from humanwritten articles? Filippa Heierli

FSES TM SOC	TEC 3413/2019/6	Effekte verschiedener Formen mobiler arbeitsbezogener Erreichbarkeit auf die Work-Life-Balance Marijana Stevanovic
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/7	Entreprise et communication digitale quelles motivations à être présente et à utiliser les médias sociaux? Gabriel Davalle
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/8	Die G-7-/G-8- und G-20-Gipfel in der deutschen und deutschschweizer Berichterstattung inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung von 2008 bis 2018 Antonia Baumgartner
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/9	Perception du public en communication de crise les effets du médium et de la responsabilité de l'entreprise Emmi Zoccolan
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/10	Promotion de la santé au travail analyse d'un programme de promotion de la santé et de la sécurité au travail : "I feel good", une campagne de Genève Aéroport Charlotte Chanex
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/11	Media neutrality in a conflicting political context case study with the refugee's crisis in Germany and the events of Chemnitz Lauranne Frochaux
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/12	Publicité personnalisée une analyse sur les pratiques des entreprises et de l'acceptation des consommateurs : thème: publicité et big data, les nouvelles formes de publicité et les acteurs du paysage publicitaire Vivien Furrer
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/13	Die wechselseitige Beziehung von Social Media und Sport wie Social Media die Akteurinnen und Akteure aus dem Bereich des Sports beeinflusst : eine empirische Untersuchung Marcel Baumann
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/14	Les motivations des lecteurs à payer pour accéder au contenu digital de la presse régionale étude de cas du Quotidien jurassien Myriam Schaffter
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/15	Emotional Flows in der Gesundheitskommunikation eine Untersuchung der Effekte von Furchtappellen Jörg Sovinz
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/16	La communication institutionnelle des hôpitaux sur les réseaux sociaux numériques une étude de cas des HUG, du CHUV et du Groupe Clinique Hirslanden Romandie Maimouna Sogodogo
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/17	Fussball-WM 2018 russischer Public Diplomacy-Act und die Rolle der medialen Berichterstattung Sylvie Vogt
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/18	Transition numérique de la presse écrite francophone: vers une uniformisation des pratiques en ligne? étude de cas en Suisse romande, en Belgique, en France et au Québec Ludovic Cuany
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/19	Les influenceurs digitaux sur Instagram impact sur les comportements de consommation de produits touristiques Megan Marendaz
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/20	Narrativität in persuasiven Gesundheitsbotschaften Einfluss der narrativen Stimme und der Adressierung auf die Reaktanz : eine Conjoint-Analyse Michelle Möri
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/21	Gender und Medien in der Schweizer Politik Geschlechterstereotype in der Berichterstattung im Vorfeld der eidgenössischen Abstimmung zur "No-Billag-Initiative" 2018 Sarah Amstad
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/22	L'accès à l'information au travers de Facebook les usages et gratifications de la génération des millenials Virginie Buffat
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/23	The strength of weak ties how important is exposure to start-up ecosystems on students' entrepreneurial intentions? Olivia Gachoud
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/24	Das Image Südkoreas im Rahmen der Olympischen Winterspiele 2018 eine Analyse des Landesimages Südkoreas in den Schweizer Printmedien Nerina Eugster
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/25	"Die haben mich eigentlich online verprügelt" welche Erfahrungen Schweizer Journalist*innen mit Cyber Harassment machen und wie sie damit umgehen Ilaria Longo
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/26	Employer branding en Suisse différences de perception entre les jeunes Suisses-allemands et Suisses-romands : une étude de cas Céline Dutoit-Beutler
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/27	The effects of the thin-/muscular-ideal body depicted through the media on body dissatisfaction what makes a difference? Federica Mongillo
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/28	La communication RSE sur Twitter le cas d'étude Syngenta dans le contexte de l'Initiative pour des multinationales responsables Floriane Siegenthaler

FSES TM SOC	TEC 3413/2019/29	Parasoziale Beziehungen und parasoziale Beziehungsabbrüche in Gesundheitsformaten eine Feldstudie zum Unterhaltungsformat "The biggest Loser" Tanja Aegerter
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/30	Syria and Ukraine international broadcasting services and international conflicts Magdalena Sedlaczek
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/31	Corporate Social Responsibility in der Fliegerbranche eine experimentelle Studie über die wahrgenommene Glaubwürdigkeit und Legitimität der umweltspezifischen CSR-Kommunikation von Airlines Anne Cotting
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/32	How infotainment affects the perception of a message examination of the web-only programme Spam by the Swiss Italian broadcasting service RSI Giorgia Blotti
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/33	Reputation spillover effect an experimental investigation of the reputational spillover from football players in crises on football clubs Raphael Marquart
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/34	Appropriating TV-series content for affective expression online a quantitative analysis of viewers-TV-series relationship predicting their use of TV-series reaction GIFs in instant messaging Laure Külling
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/35	Pre-bedtime Netflix use and its effects on sleep quality to what extent do binge-watching and appointment-viewing affect sleep quality? Alessa Blatter
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/36	The influence of cliffhangers on viewers' perception of TV series an experimental study of the individual perception of media enjoyment, curiosity, and suspense during a binge-watching session Sharon Carminati
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/37	Gender representations in sports events a comparative analysis of gender stereotyped language in U.S. print media coverage of the 1968, 1992, and 2016 Summer Olympic Games Erjon Latifi
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/38	Personalisierte Online-News empirische Analyse der Nutzerakzeptanz von impliziter und expliziter Personalisierung bei Online-Nachrichteninhalten Livia Lukes
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/39	La participation citoyenne chez les jeunes Suisses romands dans l'ère de la Smart City Raphaëlle Borgeaud
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/40	Assessing online news media logic comparing news outputs of Swiss online news sites - a quantitative content analysis Ilaria Seminatore
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/41	Orientierung durch Zertifizierung ein Qualitätslabel für publizistische Medien als Lösungsansatz für das Marktversagen des Schweizer Medienmarktes Daniel Schifferli
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/42	Greenwashing, façades organisationnelles et hypocrisie organisée analyse de la communication RSE de Shell sur Twitter Marie Schöpfer
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/43	Federal elections campaigns in Switzerland a comparison of political parties' communication strategies Nicolò Hilpisch
FSES TM SOC	TEC 3413/2019/44	La communication transparente dans le marketing d'influence l'analyse de la gestion des relations avec les influenceurs Leah Szkielko

FSES TM SOC 2020

FSES TM SOC	TEC 3413/2020/1	Swiss workers motivation in crowdsourcing case study: Upwork Melita Bonetti
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/2	L'interdépendance entre les médias, les sponsors et le sport challenges et opportunités pour le freeride en Suisse Mathilde Moser
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/3	WM-Austragungsländ Katar 2022 Imageanalyse Katars im Zusammenhang mit der Berichterstattung über die bevorstehende Austragung der FIFA-Weltmeisterschaft 2022 Luca Andrea Michetti
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/4	"Der grosse Verlierer des CL-Finals heisst Marcel Reif" - oder doch nicht? eine qualitative Inhaltsanalyse zur Überprüfung der Qualität eines Fussballkommentars Cynthia Mira
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/5	Generation Z, social media and advertising appeals Loïc Zen-Ruffinen
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/6	Burnouts et communication interne le rôle de la communication interne des entreprises dans la gestion et la prévention des burnouts Calliope Immer

FSES TM SOC	TEC 3413/2020/7	La numérisation des musées archéologiques stratégies des conservateurs concernant les dispositifs technologiques de médiation et la participation citoyenne Pauline Nussbaumer
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/8	La médiatisation des skieurs alpins et des skieuses alpines dans la presse quotidienne suisse romande évolution des (in)égalités de genre dans la médiatisation de la discipline aux Jeux olympiques d'hiver de 1988 à 2018 Anaëlle Deschenaux
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/9	Let's talk! the use of dialogue in online crisis communication strategies Veronica Cristina Loureiro Paiva
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/10	Die Nutzung von ausländischen Medien in Liechtenstein Hintergründe, Konsequenzen und Massnahmen Luisa Boss
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/11	De "La fête au féminin" à "La longue marche des femmes en colère" les grèves des femmes de 1991 et 2019 dans la presse suisse romande Marine Van Den Driessche
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/12	Testimonial, Influencer, Gesponserter Schweizer Spitzensportlerinnen und Spitzensportler auf Social Media Daria Milena Baur
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/13	Mediatisierung des Schwingsports? Analyse der TV-Berichterstattung über die Eidgenössischen Schwing- und Älplerfeste 2007, 2013 und 2019 Nicole Kaufmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/14	The harm intention of companies perceived through their crisis communication the Volkswagen's "dieselgate" scandal Marie Racine
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/15	La responsabilité de la communication organisationnelle dans la perpétuation des inégalités liées au genre dans le monde du travail la dimension inclusive dans les politiques de RSE des métiers "masculins" Lauren Bill
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/16	Akteur Konstellationen, Netzwerkbeziehungen und Diskurs der Klimabewegung in den sozialen Medien eine Langzeitanalyse des Social Media Auftrites der Fridays for Future Bewegung in Deutschland zwischen Januar und Dezember 2019 Rabea Besch
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/17	Analyse de l'impact de la communication sur la mise en oeuvre du développement durable à l'échelle d'une ville le cas de Fribourg Mathilde Musy
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/18	Les facteurs influençant la transparence de la communication le cas de fedpol Léo Martinetti
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/19	Does culture influences how people create their personal brand on Tinder? Valerie Grognoz
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/20	Benchmark des mesures de performance environnementale en Suisse comment les entreprises suisses prennent-elles en compte les différentes composantes de la performance environnementale ? Luc Wohlhauser
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/21	Innovating participation in democracy affective responses in the decision-making process Florin Zai
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/22	The effect of personality traits along with genres on parasocial relationships a receptions research on the effect of the personality traits extraversion, agreeableness and empathy, depending on the genres drama, romance, comedy and action on transportation and parasocial relationships with media characters Anouk Bühlmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/23	Kantonale Regierungskommunikation über Twitter, Facebook & Co. die Social-Media-Nutzung der Schweizer Kantone im qualitativen Vergleich Tina Laubscher
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/24	An analysis of the use of social media platforms the case of Swiss police departments Selim Süglün
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/25	L'influence de la culture nationale et du système politique sur la participation citoyenne au sein des smart cities Fanny Robatel
FSES TM SOC	TEC 3413/2020/26	How to map environmental frames within stakeholder discourses ? analysis of the evolution of environmental concern and framing process among stakeholders of "Credit Suisse" Anna Rast

FSES TM SOC 2021

FSES TM SOC	TEC 3413/2021/1	Die Berichterstattung der Tagesschau auf SRF während der Corona-Pandemie Nicoline Ineichen
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/2	Les inégalités de perception de la communication digitale des administrations locales selon l'âge des citoyens cas d'étude : l'administration locale de la ville de Fribourg Tatiana Daud
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/3	Employee e-word-of-mouth in corporate social responsibility (CSR) communication impact on consumer CSR trust and perceived CSR authenticity Angela Bönzli
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/4	Traumberuf Journalismus?! Arbeitsbedingungen, Ziele und Anliegen junger Journalistinnen und Journalisten in der Schweiz Lauro Mombelli
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/5	Krisenkommunikation während der Covid-19-Pandemie in kleinen und mittleren Unternehmen der Schweiz mittels sozialer Medien Fabiola Marinaro
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/6	Twitter-Kommunikation BAG Risikokommunikation in der Covid-19 Pandemie Severin Vonlanthen
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/7	Gewalt in Unterhaltungsmedien eine Inhaltsanalyse der US-amerikanischen Serie "Game of Thrones" aus einer medienethischen Perspektive Iris Lengyel
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/8	Darstellung von Geschlechtsunterschieden in der Sportberichterstattung eine Analyse zu den Olympischen Winterspielen in Pyeongchang (2018) und Vancouver (2010) Patricia Greber
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/9	Stratégies de communication dans une crise sanitaire étude de cas du Covid-19 en Suisse José Gomes da Costa
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/10	Development of parasocial relationship over time Goh Hsin Yin
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/11	L'immersion "à domicile" une expérience hors situ des institutions culturelles, vue au travers de l'Experience Economy Max Cuenoud
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/12	Coronavirus : les changements stratégiques communicationnels des entreprises de tourisme Suisse Fiona Perrissol
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/13	How to become a Swiss consumer's love brand analysing how love brands communicate on social media and developing the communication scorecard Léa Marie Alizée Schaffter
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/14	Glaubwürdigkeit von Instagram-Influencer*innen und gesponserten Posts sowie deren Wirkung auf die Einstellung und Kaufbereitschaft von Follower*innen Natalie Meleri
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/15	Digitaler Protest die Vernetzung und Aktivierung von Schweizer Corona-Massnahmen-SkeptikerInnen Kim Pittet
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/16	Framing message in financial advertisement gain/loss and injunctive norms effects Naima Desiderio
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/17	Co-creation of music an act of loyalty or exploitation Laura Lovisa
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/18	COVID-19: the interplay of news, gender and politics in the time of a global public health crisis a content analysis of gender differences in political media coverage in Switzerland Chantal Mathys
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/19	L'impact de Facebook sur la démocratie helvétique microtargeting : point de vue des citoyens et des responsables en communication politique Esteban Crespo
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/20	Complotisme et Covid-19 l'impact du contenu des messages des théories du complot à l'air du coronavirus Ophélie Campo
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/21	Étude de la désorientation sur un site web de théâtre de référence en Suisse romande Cyrill Burri
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/22	L'utilisation du datawall et du paywall par les médias d'information Elisa Vetterli
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/23	L'influence de la fracture numérique sur la perception de l'e-ID "dans quelle mesure les compétences numériques des citoyens suisses ont influencé leur perception des arguments de la votation de la loi fédérale sur les système d'identification électronique du 7 mars 2021?" Selin Varli
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/24	Communiquer sur les réseaux sociaux en période électorale étude des styles de communication des cinq principaux partis politiques suisses lors des élections fédérales de 2019 Khaled Sid Ahmed

FSES TM SOC	TEC 3413/2021/25	Che influenza hanno il marketing e la comunicazione CSR, incentrata sul tema del Covid-19, sull'immagine della marca e sulla brand attitude nel settore del lusso? Zara Groh
FSES TM SOC	TEC 3413/2021/27	Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie b Ländervergleich zwischen der Schweiz und Österreich c Caroline Bobillier

FSES TM SOC 2022

FSES TM SOC	TEC 3413/2022/1	Crédibilité des communications RSE dans quelle mesure l'endossement d'une célébrité engagée peut-il influencer la crédibilité perçue d'une entreprise en matière de responsabilité sociale? : les cas Fiat & Victoria's Secret Nabila Patwari
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/2	Communicating science in the time of social media what science communication messages to use on social media to engage with members of different generations? Andrea Nava
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/3	Differences between small and large luxury fashion companies in the UK in terms of externally communicated CSR activities Céline L. Ostertag
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/4	The development of meat substitutes' reputation over time Vivienne Yolanda Hess
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/5	Why do people watch others eating ? a cross-cultural analysis of motivations of mukbang users von Yang Yi
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/6	Der Einfluss unterschiedlicher Darstellungen von sozialen Interaktionen auf das Unterhaltungserleben Beatrice Freund
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/7	Open data government influence du niveau d'information sur l'adhésion du public Céline Stäubli
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/8	La mobilité intelligente en Île-de-France dans quelle mesure les Franciliens sont-ils disposés à partager leurs données personnelles ? Marion Nathalie Chanony
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/9	L'open-innovation au service de la transition écologique des villes le cas de Lyon & Nantes (France) et Genève & Lausanne (Suisse) Héloïse Hess
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/10	Food Reputation Die Medien-Reputation von vegetarischen und veganen Lebensmitteln in der Schweiz Meret Tonet
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/11	Disclosure of corporate social responsibility practices the impact of social performance scores on the CSR reports of Swiss companies Oern Adrian Valenzuela Gunkel
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/12	The effect of second screen use on the enjoyment of live broadcasted sporting events an analysis of the 2022 MBA playoffs Sven Florin
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/13	The impact of teleworking within organisations exploratory study on the challenges of the transmission of knowledge Julien Aves
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/14	Hype or future: conversation about cryptocurrencies a social network analysis and content analysis about trending topic Mai Nguyen
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/15	Zusammenspiel von Nachhichtenwerten und der Aufbereitung einer Nachricht in Instagram-Stories Svenja Hofer
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/16	Er oder sie: wer macht das Rennen? über den Einfluss von Genderstereotypen beim Rationalisieren medialer Wahlkampfbilder Lea Dahinden
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/17	Nachrichten in Zeitungen und auf Instagram eine vergleichende quantitative Inhaltsanalyse Andrea Sara Jeitziner
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/18	Entreprises et communication de crise l'effet persuasif des stratégies de communication appliquées à Twitter Celia Bianchi
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/19	Responsabilité sociale et durabilité des entreprises : entre communication des entreprises et attentes des parties prenantes le cas de trois multinationales suisses leaders de leur secteur d'activité : Glencore PLC, Nestlé et UBS Mélissa
FSES TM SOC	TEC 3413/2022/20	Meta, Metaverse and public opinion the impact of corporate reputation on the public opinion of the Metaverse: a quantitative content analysis of user tweets Joshua Gallacher

FSES TM SOC 2023

FSES TM SOC	TEC 3413/2023/1	Etude de l'évolution de l'impact et de l'engagement d'une communauté sur un événement ponctuel annuel le cas du ZEvent et de sa communauté de donateurs Marine Corpataux
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/2	Femmes sportives et inégalités de traitement médiatique : quel effet sur le service public ? cas d'étude : compte Instagram de RTS Sport Mégan L'Hoste
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/3	Politisation du sport : perceptions publiques et intention de boycott de la Coupe du monde masculine de football 2022 au Qatar et de ses sponsors enquête quantitative auprès de la population en Suisse Juliette Passamani
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/4	Information et communication préventives des risques le cas suisse des sports d'hiver Emma Lucy Schneider
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/5	Zwischen Rausch und Realität: Darstellung von Cannabis in Kinofilmen eine Inhaltsanalyse der erfolgreichsten Kinofilme zwischen 1995 und 2021 in der Schweiz Luisa Amanda Böbner
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/6	Grenzenlose Beziehungen: Chancen und Bedeutung digitaler (Para-) Diplomatie für nicht anerkannte Länder Robin Fichtner
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/7	Themen- und plattformbedingte Unterschiede in der Kampagnenkommunikation bei eidgenössischen Volksabstimmungen eine quantitative Inhaltsanalyse zum Vergleich von Medienmitteilungen und Tweets zu den eidgenössischen Volksabstimmungen über die Massentierhaltungsinitiative und der Verrechnungssteuerreform vom 25. September 2022 Dominic Andrey
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/8	Eskapismus und Binge-watching - weshalb Nutzer:innen in die Welt von Netflix fliehen Leandra Tabea Dürst
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/9	Nachrichtenfaktoren, Qualität und Framing der verbalen und visuellen Berichterstattung über den Ukraine-Krieg 2022 eine quantitative Inhaltsanalyse von Instagram-Posts und dazugehörigen Bildern sowie Videos der bekannten Schweizer Medientitel SRF News, Neue Zürcher Zeitung und 20 Minuten Fabienne Suero Puello
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/10	Transnational news broadcasters a comparative analysis of CNN International, BBC World News and Al Jazeera English Alexandra Maria Victoria Andrist
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/11	Gen Z and social media activism a hybrid activism: from hashtags to the streets Oumaima Rehane
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/12	The reputation of international sports organisations in focus a reception study on crisis communication and the associated perception of FIFA and the IOC in the German-speaking population of Switzerland Livia Riedo
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/13	Perception of social media as news source analysis of the perception of news and Ukraine war news on social media Tanja Cira Graziano
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/14	How to attract your future employee? a quantitative experimental study researching generation-specific employer branding and work values using LinkedIn as a platform Alina Jud
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/15	Gratification sought - gratification obtained? eine Studie zur Auswirkung der Nutzungsmotive auf die Rezeptionssituation und dessen einfluss auf die erhaltenen Gratifikationen nach dem Serienkonsum Sabrina Heiland
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/16	Deepfakes and the Swiss media a mixed-methods analysis of the Swiss media dealing with deepfakes Hanna Sophie Wenger
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/17	Corporate social responsibility (CSR) communications and their effectiveness on different generations an analysis of the reputational enhancement of philanthropy, reputational CSR, and creating shared value Joana Salvadé
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/18	L'effet d'un agent textuel de l'IA sur la légitimation par le débat délibératif Vincent Sorba
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/19	Les stratégies de lutte contre les fake news Anaïs Nicolet
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/20	Quel est l'impact des usages des médias d'actualité sur la fatigue informationnelle et sur l'évitement de l'information? Marc Schaller
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/21	Le recrutement de la Génération Z grâce aux réseaux sociaux numériques étude comparative entre les attentes de la Génération Z et les stratégies

		mises en place par les professionnels du recrutement Clélia Ruegger Panchaud
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/22	Au coeur de l'information la crédibilité de l'IA dans le regard du public suisse Manon Becker
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/23	La question de la légitimité organisationnelle dans le cadre d'une communication humoristique / mémétique Idalberta Clarisse Cristovao Ribeiro
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/24	Tastemaker auf Spotify Playlist-Kuration und Algorithmus Jonas Angst
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/25	Der Einfluss von Glücksdisposition auf die Mediennutzung eine quantitative Analyse anhand des Nutzungsverhaltens und der Nutzungsmotive beim Konsum über Streaming-Plattformen Selina Strössler
FSES TM SOC	TEC 3413/2023/26	Schulschwänzer*innen oder Klimaretter*innen? eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung von Deutschschweizer und Westschweizer Zeitungen über die Klimabewegung und die Klimaaktivist*innen in der Schweiz seit 2018 Chiara Bovigny

FSES TM SOC 2024

FSES TM SOC	TEC 3413/2024/1	Intranational cross-cultural adaptation of communication style on brand attitude an exploration of communication style localization on social media to within-country cross-cultural differences in Switzerland Kim Mercier
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/2	"AI is too often viewed as something very abstract and uncontrollable" interviewing experts on AI ethics and AI news coverage Larissa Erdmann
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/3	Des X [tweets] extrémistes peuvent-ils influencer notre défiance politique par simple exposition? Oscar Chapuis
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/4	Les effets du personal branding sur la légitimité individuelle du PDG et la légitimité organisationnelle de l'entreprise Nicolas Varin
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/5	Le cadrage médiatique de la guerre en Ukraine et ses dynamiques dans le temps le cas des journaux suisses en ligne Chiara Bernasconi
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/6	Les politiciens et les politiciennes suisses sur Instagram analyse de la présence et des stratégies de communication des politiciens et des politiciennes suisses sur Instagram Marta Rigamonti
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/7	La perception de légitimité des individus vis-à-vis de l'utilisation des "Internet memes" par les entreprises dans le cadre d'une communication RSE Anaïs Darimont-Nicolau
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/8	Bedürfnisse an die Sportberichterstattung von verschiedenen Altersgruppen Jan Siegrist
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/9	Tourismus im Fokus - eine Analyse der strategischen Kommunikation Schweizer Tourismusdestinationen eine vergleichende Studie der Destinationen Gstaad, Lenzerheide und Zermatt Lisa Schneeberger
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/10	Frauenfussball in der Schweiz: Berichterstattung in der sozialen Medien eine Analyse anhand des sozialen Mediums Instagram Lukas Boss
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/11	Wie schlagen sich Figuren durch? eine qualitative Inhaltsanalyse zweier Videospiele Tim Rihner
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/12	Zwischen Flanken und Emotionen - Geschlechterstereotypen in der Fussballberichterstattung eine quantitative Inhaltsanalyse traditioneller Tageszeitungen zur Frauenweltmeisterschaft 2023 und Männereuropameisterschaft 2024 Tim König
FSES TM SOC	TEC 3413/2024/13	Vom Greisgram zum Golden Ager: mediale Altersstereotype und ihr Einfluss auf ältere Menschen eine Untersuchung der Darstellung und Wahrnehmung von Altersbildern in den Medien Tamara Grüning

Etat au 12.02.2025