

Hochschule Mittweida – University Of Applied Sciences

Social Media Marketing als Instrument zur Kundengewinnung und –bindung.

Eine Analyse von Chancen und Risiken anhand von Beispielen deutscher
Unternehmen.

B A C H E L O R A R B E I T

Im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Vorgelegt von Marcus Rohland

Matrikelnummer: 24961

Abgabedatum: 31.08.2015

Betreuender Professor: Prof. Dr. rer. pol. Klaus Vollert

Zweiter Prüfer: Prof. Dr. rer. oec. Serge Velesco

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

„Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und nur die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.“

Chemnitz, den 10.08.2015

Marcus Rohland