

Criteria of Application Store Rankings [Arbeitstitel]

Betreuer: Oliver Zierke <oliver.zierke@uni-passau.de>
Datum: ab sofort
Typ: Bachelorarbeit, Masterarbeit

Motivation:

Einer der maßgeblichen Faktoren für den Erfolg einer Mobile Application ist ihre Position in der Rangliste des jeweiligen Application Store. Von entsprechend hoher Bedeutung ist „App-Store Optimization“ für Entwickler von Mobile Applications. Um die Effizienz von „App-Store Optimization“ zu steigern, ist es notwendig zu ermitteln, welche Kriterien für das organische Ranking in Application Stores ausschlaggebend sind.

Ziel:

Ziel der Arbeit ist es, mögliche Faktoren zu erarbeiten, welche die Platzierung von Mobile Applications in einem Mobile Store determinieren und deren Evidenz empirisch zu belegen. Hierfür ist eine Erhebung von Beobachtungen in Application Stores notwendig sowie eine anschließende statistische Auswertung mittels Regressionsanalyseverfahren.

Literatur:

- Evans, M. P. (2007). Analysing Google Rankings Through Search Engine Optimization Data. *Internet Research*, 17(1), 21-37.
- Beel, J., & Gipp, B. (2009). Google Scholar's Ranking Algorithm: An Introductory Overview. *Proceedings of the 12th International Conference on Scientometrics and Informetrics*, 1, 230-241.
- Carare, O. (2012). The Impact of Bestseller Rank on Demand: Evidence from the App Market. *International Economic Review*, 53(3), 717-742.