

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

WICHTIG: Dieses Dokument muss digital bearbeitet und digital abgespeichert werden! Nur so ist eine automatisierte Auswertung möglich. Davon abweichende Bewerbungen können leider nicht berücksichtigt werden.

Bewerbung für:

Bachelorarbeit	
Masterarbeit	
WiWiZ-Abschlussarbeit	

Persönliche Angaben:

Vorname	
Nachname	
Matrikelnummer	
E-Mail	

Studienfach	
Semesterzahl (aktuell)	
ECTS (lt. CampusOnline-Auszug inkl. eingebrachter Sprachkurse*)	

(*Geben Sie vor der Bewerbung um eine Bachelorarbeit bitte beim Prüfungsamt unbedingt an, welche Sprachkurse Sie einbringen möchten und nutzen Sie den aktuellsten CampusOnline-Auszug für Ihre Bewerbung. Nicht relevant für WiWiZ.)

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

Spezialisierungsfächer:

Spezialisierungsfach Marketing & Konsumentenverhalten	
Spezialisierungsfach Marketing & Dienstleistungsmanagement	
Spezialisierungsfach Marketing & Innovation	

(Setzen Sie bitte nur dann einen Haken, wenn Sie die jeweiligen Vertiefungsveranstaltungen und Seminare (bzw. seminaräquivalente Veranstaltungen) **erfolgreich abgeschlossen haben** bzw. wenn Sie diese noch vor der finalen Themenbekanntgabe (ca. zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist) abschließen werden. Bitte keinen Haken setzen, wenn Sie die entsprechenden Veranstaltungen aktuell noch besuchen, oder dafür angemeldet sind; nicht relevant für WiWiZ und Sportökonomie B.Sc.)

Sonstige Spezialisierungsfächer	
1)	
2)	

Ab wann können Sie Vollzeit (!) an der Abschlussarbeit arbeiten (Datum):

(Geben Sie bitte das Datum (Format: DD.MM.YY) an, ab dem Sie (annähernd) Vollzeit an Ihrer Abschlussarbeit arbeiten können. Bitte beachten Sie unbedingt, dass Abschlussarbeitsthemen nicht reserviert werden können. **Mit Ihrer Bewerbung für eine Abschlussarbeit geht einher, dass Sie spätestens zum hier definierten Datum mit der Bearbeitung starten können.** Alle Arbeiten werden jedoch zwingend wenige Wochen nach der Themenzusage offiziell angemeldet.)

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

Übersicht ECTS*

<p>Geschriebene, aber noch nicht in CampusOnline eingetragene Leistungen</p> <p>(Geben Sie bitte an, wie viele (Anzahl: 1,2,3...) Leistungen (Seminare; Vorlesungen; exkl. Abschlussarbeit) noch nicht in CampusOnline eingetragen sind. Bitte nur Zahlen eintragen.)</p>	<p>Summe offene ECTS</p> <p>(bitte selbstständig ausrechnen)</p>
<p>Noch zu erbringende Leistungen im Nachholtermin (oder zum Ende des kommenden Semesters)</p> <p>(Geben Sie bitte an, wie viele (Anzahl: 1,2,3...) Leistungen (Seminare; Vorlesungen; exkl. Abschlussarbeit) noch zu erbringen sind. Bitte nur Zahlen eintragen.)</p>	<p>Summe noch zu erbringende ECTS</p> <p>(bitte selbstständig ausrechnen)</p>
<p>Summe fehlende ECTS gesamt</p> <p>(wird automatisch berechnet)</p>	

(*nicht relevant für WiWiZ)

Bewerbung auf Abschlussarbeiten außerhalb des MuSe-Bereichs:

<p>Bitte geben Sie an, ob Sie sich <u>aktuell</u> ebenfalls auf Abschlussarbeiten außerhalb des MuSe-Bereichs beworben haben:</p>	Ja	Nein

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

Themenübersicht Bachelorarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich bis
	Von Second Life bis Metaverse – Virtuelle Welten in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung (Ein Literaturüberblick)	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
	Manchmal muss es eben Siri sein – Smarte Technologien als Kundeninterface (Ein State-of-the-Art)	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
	Konsumentenentscheidungen mit Algorithmen – Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
	Direct-to-Consumer Commerce – Ein Literaturüberblick	BWL III	Prof. Germelmann	09. Februar 2022
	State-of-the-Art zur wahrgenommenen Fairness in der Marketingkommunikation	BWL III	Harnischmacher	09. Februar 2022
	State-of-the-Art zur Zielaktivierung in der Marketingkommunikation	BWL III	Harnischmacher	09. Februar 2022
	The power and limits of digital nudging: Encouraging sustainable behavior in digital environments – ein systematischer Literaturüberblick	BWL III	Merkl	09. Februar 2022
	Spielend leicht zu gesunden Verhaltensweisen – Ein Literaturüberblick zur	BWL III	Merkl	09. Februar 2022

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Wirkung von Gamification-Elementen in Health - Apps			
	Purposeful Brands? Eine quantitative Analyse oberfränkischer Unternehmen	BWL III	Winter	09. Februar 2022
	Financial Literacy junger Konsumenten - in Kooperation mit GetMoBie	BWL III	Winter	09. Februar 2022
	Besonderheiten der (digitalen) B2B-Customer Journey	BWL III	Winter	09. Februar 2022
V	Athlete Branding im Sport – eine Analyse der Rolle der sozialen Medien	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
	Kundenkarten bei Baumärkten: Erfolgsfaktoren und Anwendungsbeispiele	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
	Kundenkarten bei Baumärkten: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
	Personas im Online-Versand von Spielwaren und Kindermode: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
	Warenkorbanalyse beim Online-Versand von Spielwaren und Kindermode	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
	Athlete Brand Identification anhand Merchandisingumsätzen in der Fußball Bundesliga - Ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	09. Februar 2022
V	Wie mega ist das Metaverse? Chancen für Sportorganisationen	BWL XV	Griebel	Bereits vergeben
	Entwicklung eines Brand-Dashboards für Sportmarken	BWL XV	Griebel	09. Februar 2022

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

V	City Branding durch Sportevents - eine Analyse des FIS Skilanglauf Weltcups in Dresden	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben
	Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie	BWL XV	Prof Ströbel	09. Februar 2022

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

Themenübersicht Masterarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich bis
	Consumers' Mental Models of Smart Technologies – Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
	Psychological Ownership im Direct-to-Consumer Commerce - Eine empirische Untersuchung	BWL III	Prof. Germann	09. Februar 2022
	„Bewegungsring geschlossen! - und jetzt? " – eine experimentelle Studie zum Auftreten adverser Effekte bei der Nutzung von Smartwatches	BWL III	Merkel	09. Februar 2022
	Was bewegt und hemmt Kunden, nachhaltig produzierte Produkte zu kaufen?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
	Sind Kunden bereit, für nachhaltig produzierte Produkte ihre Qualitätsansprüche zu senken?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
	Online-Experimente in der Marktforschung: Wie kann man die Kauf- und Preisbereitschaft für nachhaltig produzierte Produkte messen?	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022
	Wie „menschlich“ wird Alexa wahrgenommen? Neue Einsatzmöglichkeiten für Sprachassistenten	BWL XIV	Prof. Baier	09. Februar 2022

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

V	Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Tokyo	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
	Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Beijing	BWL XV	Anderski	09. Februar 2022
V	Athleten als zentrale Akteure im Sportsponsoring - eine qualitative Analyse	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
	eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine qualitative Analyse	BWL XV	Griebel	09. Februar 2022
V	Strategien zum Einstieg in den eSport - eine empirische Analyse anhand eines ausgewählten Fallbeispiels	BWL XV	Griebel	Bereits vergeben
	Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie - eine empirische Analyse am Beispiel des FC Bayern Basketball	BWL XV	Prof. Ströbel	09. Februar 2022
V	Die Marke als Medium wahrscheinlicher Kommunikation. Eine interdisziplinäre Konzeption von der identitätsbasierten Markenführung zur netzwerkorientierten Interaktionsmarkierung	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Sie können **maximal drei Präferenzen** angeben. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für WiWiZ				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich bis
	Choice Curation durch Algorithmen aus Marketing- und rechtswissenschaftlicher Sicht	BWL III	Föhr	09. Februar 2022
	Athlete Branding auf digitalen Plattformen - Aktuelle Entwicklungen und Rahmenbedingungen	BWL XV	Prof. Ströbel	09. Februar 2022