

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 |
| | Green Campus: State-of-the-Art zur Bedeutung und Umsetzung von Nachhaltigkeit an Universitäten und Hochschulen | BWL III | Diekmann | 17. Oktober 2021 |
| | AI for Social Good und die Rolle des Marketing - Ein State-of-the-Art | BWL III | Föhr | 17. Oktober 2021 |
| | The power and limits of digital nudging: Encouraging sustainable behavior in digital environments - ein systematischer Literaturüberblick | BWL III | Merkl | 17. Oktober 2021 |
| | Das glaubst du doch selbst nicht! - Bedeutung der Glaubwürdigkeit für die Nutzung von Produktlabels | BWL III | Merkl | 17. Oktober 2021 |
| | Die Rolle von Social Media im B2B-Marketing - ein State-of-the-Art. | BWL III | Winter | 17. Oktober 2021 |
| | Besonderheiten der (digitalen) B2B-Customer Journey. | BWL III | Winter | 17. Oktober 2021 |
| V | Influencer Marketing – Zielsetzungen, Auswahlkriterien und Seeding-Strategien in den sozialen Netzwerken | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | Bereits vergeben |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

| | | | | |
|--|---|----------|-------------------------|------------------|
| | (Ecological) vulnerability of interorganisational networks - The critical role of the natural environment in the sports industry (Die Arbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden) | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | 17. Oktober 2021 |
| | Bridging the Attitude-Behaviour Gap by focusing on actual behavior – an experiment (in deutscher Sprache zu verfassen) | BWL XIV | Brand | 17. Oktober 2021 |
| | Warenkorbanalysen im Einzelhandel - Status Quo und Nutzen | BWL XIV | Karasenko | 17. Oktober 2021 |
| | Das "Grün" in grünen Konsumenten: Materielle Güter oder Erlebnisse? Eine Interviewstudie | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Die Beziehung von nachhaltigem Konsum und Verzicht: Eine qualitative Untersuchung | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Was ist Nachhaltigkeit aus Kundensicht? Eine vergleichende Studie mittels Präferenzanalyse | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Informationsdarstellung bei nachhaltigen Produkten - Eine Eyetrackingstudie (in Kooperation mit Myriad) | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Einsatz und Akzeptanz von Kryptowährungen beim Bezahlen | BWL XIV | PD Dr. Rese | 17. Oktober 2021 |
| | Ein Überblick zu neueren Entwicklungen beim Teleshopping: Live Stream Commerce | BWL XIV | PD Dr. Rese | 17. Oktober 2021 |
| | Experimente zur Modellierung nachhaltigen Verhaltens | BWL XIV | PD Dr. Rese | 17. Oktober 2021 |
| | Athlete Brand Identification anhand Merchandising Umsätzen in der Fußball- | BWL XV | Anderski | 17. Oktober 2021 |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

| | | | | |
|--|--|--------|---------------|------------------|
| | Bundesliga – Ein Überblick zum Stand der Forschung | | | |
| | Athlete Activism im Sport - Ein Überblick zum Stand der Forschung | BWL XV | Anderski | 17. Oktober 2021 |
| | Brand Purpose or Brand Washing im Sport – State of the Art und Implikationen für Sportmarken | BWL XV | Griebel | 17. Oktober 2021 |
| | Mapping the Fan-Brand Journey – Identifikation von Touchpoints | BWL XV | Prof. Ströbel | 17. Oktober 2021 |
| | Digitale Transformation im Sport – neueste Trends und Entwicklungen | BWL XV | Prof. Ströbel | 17. Oktober 2021 |

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 |
| | Die Bedeutung von Mission, Vision und Purpose im strategischen Management - eine empirische Analyse. | BWL III | Winter | 17. Oktober 2021 |
| V | Analyse digitaler Plattformen und der Zielgruppenansprache der Generation Z im Sponsoring | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | Bereits vergeben |
| | Why should I care what the others say?! - An experimental analysis of spillover effects in sponsorship portfolios | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | 17. Oktober 2021 |
| | The role of authenticity in "green" marketing communications | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | 17. Oktober 2021 |
| | Kundenkartennutzung im Baumarkt - Erfolgspotential und Auswertung | BWL XIV | Karassenko | 17. Oktober 2021 |
| | Die dunkle Seite der Nachhaltigkeit: Geltungskonsum - Ein Experiment | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Die Rolle von Social Desirability bei nachhaltigen Kaufentscheidungen | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Der Intention-Behavior-Gap und das Future Self | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Der Intention-Behavior-Gap als Problem des Forschungsdesigns | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

| | | | | |
|--|--|---------|---------------|------------------|
| | Instagram-Marketing von nachhaltigen Unternehmen - Eine vergleichende Analyse (in Kooperation mit Myriad) | BWL XIV | Kopplin | 17. Oktober 2021 |
| | Glaubwürdigkeit von Sinnfluencern | BWL XIV | PD Dr. Rese | 17. Oktober 2021 |
| | Influencer in der Innovationskommunikation | BWL XIV | PD Dr. Rese | 17. Oktober 2021 |
| | Soziale Signale von Chatbots | BWL XIV | PD Dr. Rese | 17. Oktober 2021 |
| | Adoption von Kryptowährungen beim Bezahlen | BWL XIV | PD Dr. Rese | 17. Oktober 2021 |
| | Paradigmenwechsel im Sport? Team Identification vs. Athlete Brand Identification - eine empirische Studie | BWL XV | Anderski | 17. Oktober 2021 |
| | Mapping the Fan-Brand Journey – Eine qualitative Untersuchung von Touchpoints zur Kokreation der Markenbedeutung | BWL XV | Griebel | 17. Oktober 2021 |
| | Markenmanagement von eSport Clans - eine qualitative Analyse aus der Perspektive des Managements | BWL XV | Griebel | 17. Oktober 2021 |
| | eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine netnographische Analyse der Klubs SV Werder Bremen und VfL Wolfsburg | BWL XV | Griebel | 17. Oktober 2021 |
| | eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine netnographische Analyse der Klubs FC Bayern München und Borussia Mönchengladbach | BWL XV | Griebel | 17. Oktober 2021 |
| | City Branding durch Sport – eine Analyse des Kommunikationspotentials von medi bayreuth für die Stadt Bayreuth | BWL XV | Prof. Ströbel | 17. Oktober 2021 |
| | Marktforschung im Sport – Entwicklung eines Reports zentraler KPIs am Beispiel von medi bayreuth | BWL XV | Prof. Ströbel | 17. Oktober 2021 |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

| | | | | |
|--|---|--------|---------------|------------------|
| | Eine Analyse der Markenstrategie der European Championships Munich 2022 | BWL XV | Prof. Ströbel | 17. Oktober 2021 |
|--|---|--------|---------------|------------------|

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 |
| | Heute schon selbst gekocht? - Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie auf den Konsum von Lebensmitteln | BWL II | Diekmann | 17. Oktober 2021 |