

Informationsveranstaltung des Schwerpunktes *Marketing und Services (MuSe)* für Interessenten der Master-Studiengänge BWL und Sportökonomie

**am 18.10.2016 (Wintersemester 2016/2017)
von 10:15 bis 11:45 Uhr, im Raum H23 (RW II)**

Weitere
Studiengänge
(MeKuWi, GÖ, etc.)
beraten wir gern!

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl BWL III: Marketing)

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl BWL VIII: Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Bettina Lis (Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl BWL XIV: Innovations- und Dialogmarketing)

Prof. Dr. Maximilian Röglinger (Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement)

Prof. Dr. Tim Kessler (Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen)

Prof. Dr. Reinhard Kunz (Juniorprofessur Medienmanagement, insb. Sportmedien)

- 1. Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2016/2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr.
Daniel Baier**
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



**Prof. Dr. Claas
Christian Germelmann**
(LS Marketing)



**Prof. Dr.
Herbert Woratschek**
(LS Dienstleistungsmanagement)



**Prof. Dr.
Bettina Lis**
(LS Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)



**Prof. Dr.
Maximilian Röglinger**
(Professur für Wirtschaftsinformatik und
wertorientiertes Prozessmanagement)



**J.-Prof. Dr.
Tim Kessler**
(JP –Intern. Technologiemanagement,
insb. industr. Dienstleistungen)



**J.-Prof. Dr.
Reinhard Kunz**
(JP Medienmanagement,
insb. Sportmedien)



PD Dr. Alexandra Rese
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Dr. Ines Daniel
(LS Innovations- und Dialogmarketing,
extern)



Dr. Matthias J. Kaiser
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Dr. Alexander Sänn
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Carmen Back
Sekretariat
(LS Dienstleistungsmanagement)



Martin Bauhofer
Master of Arts
(JP Medienmanagement,
insb. Sportmedien)



Larissa Diekmann
Master of Science
(LS Marketing)



Jörgen Eimecke
Master of Science
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Maximilian Fischer
Master of Science
(LS Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)



Alina Geiger
Master of Science
(LS Marketing)



Brigitte Goßler
Sekretariat
(LS Allgemeine
Betriebswirtschaftslehre)



Johanna Held
Master of Arts
(LS Marketing)



Markus Buser
M.Sc. SpOec
(LS Dienstleistungsmanagement)



Mario Kaiser
M.Sc. SpOec.
(LS Dienstleistungsmanagement)



Johanna Mühlbeyer
Master of Science
(LS Dienstleistungsmanagement)



Jessica Gabski
Sekretariat
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
z.Z. Krankheitsvertretung



Philipp Rolf
Master of Science
(JP Medienmanagement,
insb. Sportmedien)



Pablo Neder
Dipl.-Kaufmann
(LS Marketing)



Michael Stadtelmann
Dipl.-Gesundheitsökonom
(LS Dienstleistungsmanagement)



Maximilian Stieler
Dipl.-Sportökonom
(LS Marketing)



Julia Fehrer
Dipl. Betriebswirt
(LS Dienstleistungsmanagement)



Riccardo Reith
(LS Allgemeine Betriebswirtschaft)



Kristin Suckau
Dipl.-Kauffrau
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS Marketing)



Friederike Weismann
Master of Arts
(LS Marketing)



Sabine Winkler
Sekretariat
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
z.Z. erkrankt



Sandra Ziewiecki
(LS Allgemeine Betriebswirtschaft)



**Prof. Laurence
Ashworth**

(Queen's School of Business, Kingston,
Canada)



Prof. Dip Biswas

(University of South Florida, USA)



Prof. Rod Brodie

(University of Auckland,
New Zealand)



Prof. Peter Darke

(York University, Canada)



Prof. Don Getz

(University of Calgary, Canada)



Prof. Jürgen Gnoth

(University of Otago, New Zealand)



Prof. Jean-Luc Hermann

(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



Prof. Mathieu Kacha

(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



**Prof. Constantine
Katsikeas**
(University of Leeds, UK)



Prof. André Richelieu
(Université Laval, Quebec, Canada)



Prof. Dave Ridpath
(Ohio University, USA)



Prof. Harold Riemer
(University of Regina, USA)



Prof. James Santomier
(Sacred Heart University, USA)



Prof. Lorn Sheehan
(University of Halifax, Canada)



Prof. Dongfeng Liu
(Shanghai University of Sport, Shanghai)



Prof. Marijke Taks
(University of Windsor, Canada)

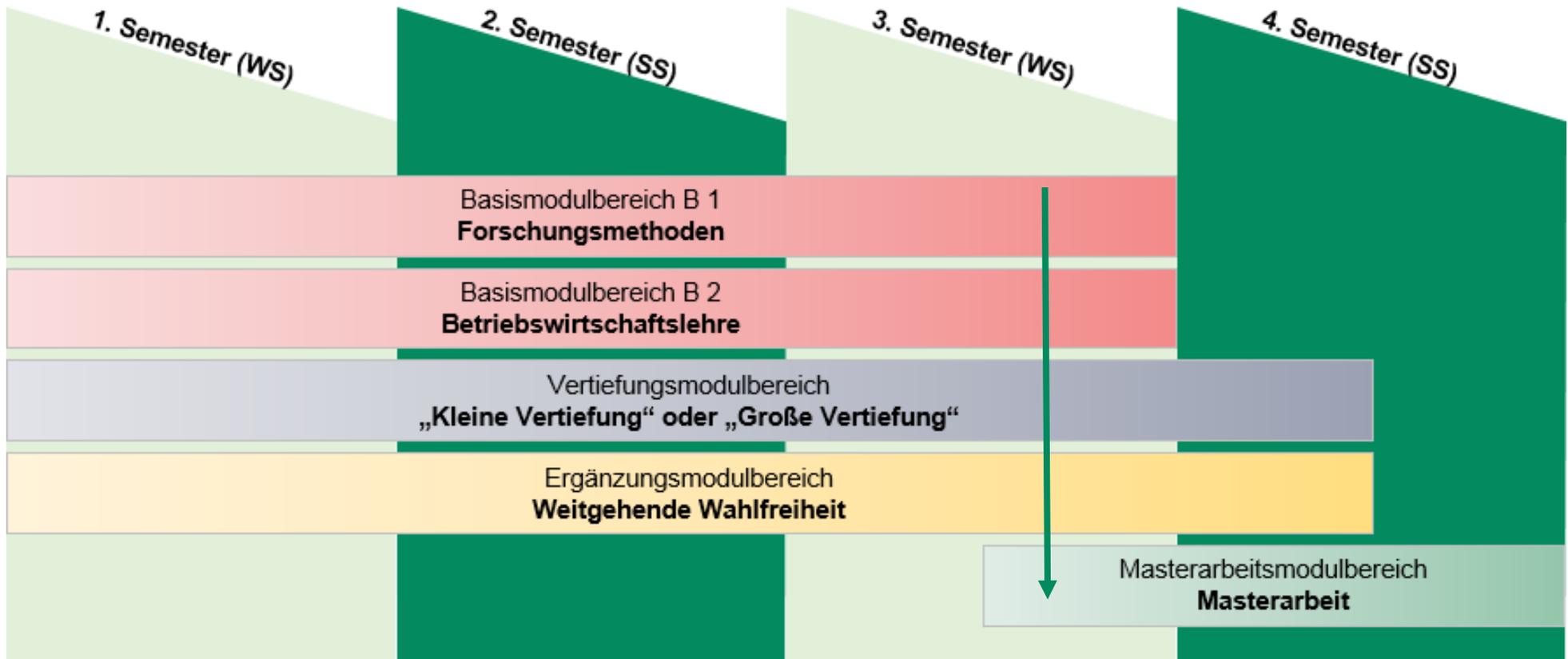


Prof. Björn Walliser
(Université de Lorraine, Nancy, France)



Prof. Bradley Wilson
(Universidad de los Andes, Colombia)

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2016/2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing </div>	Dienstleistungs- management <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>	MuSe Ergänzungs- modulbereich <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>max. 24 LP aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... <p>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p> </div>
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden Empfehlung: Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <u>oder</u> Strategische Rechtskommunikation <u>oder/und</u> Data Mining im Marketing mit R <u>oder/und</u> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence		

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing Hauptseminar Marketing & Services Marketing A: Konsumentenverhalten Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing	Dienstleistungs- management Hauptseminar Marketing & Services DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	MuSe Ergänzungs- modulbereich max. 24 LP aus: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden Empfehlung: Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <u>oder</u> Strategische Rechtskommunikation <u>oder/und</u> Data Mining im Marketing mit R <u>oder/und</u> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence		

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit																
Modulbereich „große“ Vertiefung (36 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 365 1386 461" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1400 365 2013 461" style="text-align: center;"> Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 465 1386 582" style="text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="1400 465 2013 1086" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> max. 24 LP aus: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 605 851 762" style="text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </td> <td data-bbox="866 605 1386 762" style="text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing </td> <td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 781 851 938" style="text-align: center;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing </td> <td data-bbox="866 781 1386 938" style="text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 956 1386 1082" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok)) </td> <td></td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht	Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing		Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement		Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))		
Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services															
Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht															
Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing																
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement																
Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))																	
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden Empfehlung: Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence																

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2016/2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-3: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement	
Vertiefungs- modul BWL B-1 24 LP + 6 LP	<p style="text-align: center;">Marketing</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin: 5px;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin: 5px;"> Marketing B: Corporate Commu- nication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing </div>	<p style="text-align: center;">Dienstleistungs- management</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin: 5px;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin: 5px;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulbereich A A-1-2: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (bis zu 11 LP)	

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. **MuSe-Besonderheiten**
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2016/2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Autonome Masterarbeit

30 ECTS

- 24 Wochen
- Note:

100% Masterarbeit

Integrierte Masterarbeit

12 ECTS aus Projektseminar

18 ECTS aus Masterarbeit

- 16 Wochen
- Note:

40% Projektseminar

60% Masterarbeit

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen für:
 - **Innovations- und Dialogmarketing** (Prof. Dr. Daniel Baier)
 - **Marketing** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
 - **Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
 - **Juniorprofessur für Medienmanagement** (Prof. Dr. Reinhard Kunz)
- Die Themenausschreibung erfolgt **zweimal pro Semester** i.d.R. zu Beginn (1. Anmeldezeitraum) und gegen Ende der Vorlesungszeit (2. Anmeldezeitraum).
- Berücksichtigen Sie auch die Themen für eine Abschlussarbeit im Schwerpunkt „Marketing und Services (MuSe)“: Der Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management (Prof. Dr. Gilbert Fridgen), der Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen (Prof. Dr. Tim Kessler), des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (Prof. Dr. Bettina Lis) und der Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement (Prof. Dr. Maximilian Röglinger)
- Für Informationen bzgl. der Themen und Bewerbung, bitte Aushänge der Lehrstühle beachten!

Zum Erwerb des Marketing & Services-Zertifikats sind aus dem Vertiefungsblock („große“ Vertiefung) 36 Leistungspunkte im Rahmen des Vertiefungsmodulbereichs und zusätzlich die 30 Leistungspunkte des Masterarbeitsmoduls am Lehrstuhl für Marketing, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement, Lehrstuhl für Innovations- und Dialogmarketing oder bei einer der Juniorprofessuren „Medienmanagement, insbesondere Sportmedien“ oder „Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen“ zu erbringen.



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ZERTIFIKAT

Marketing und Services (MuSe)

im

Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Frau Exempler Muster, geboren am 1.1.2000 in Mittelpunkt, hat im Schwerpunkt ihres Masterstudiums der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth die große Vertiefung Marketing und Services (MuSe) studiert.

Diese Vertiefung führt auf einer wissenschaftlich fundierten und zugleich anwendungsorientierten Ausbildung in marketingorientierter Unternehmensführung. In den interdisziplinären Modulen hat sich Frau Exempler Muster aktuelle wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse angeeignet und in Projekten umgesetzt. In verschiedenen Veranstaltungstypen (Vorlesungen, Übungen, Seminare, Case Studies, Blended Learning, Projektarbeiten und Masterarbeit) werden neben Professoren und Dozenten auch internationale Gastwissenschaftler und renommierte Praktiker integriert. Wichtige Kompetenzfelder in der Vertiefung Marketing und Services sind:

- Wertbasierte Strategieentwicklung und Innovationen
- Konsumentenverhalten und Service-Profit Chain
- Empirische Marketingforschung, insbesondere in den Bereichen Sport, Medien, Handel, Gesundheit und Kultur
- Forschung-Praxis-Transfer im Marketing-, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement

Auf dieser Basis wird sie später in der Lage sein, anspruchsvolle Fach-, Führungs- und Beratungsaufgaben im Marketing- und Dienstleistungsmanagement zu übernehmen.

Die Schwerpunktmodule dieser Vertiefung werden von den Lehrstühlen Betriebswirtschaftslehre III: Marketing und VIII: Dienstleistungsmanagement und der Juniorprofessur Direct Marketing getragen. Die belegten Module und erreichten Modulnoten sind im Masterzeugnis gelistet.

Bayreuth, den 00.00.2012.
Moderator des Masterstudiengangs
Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Prof. Dr. Klaus Schäfer

Anrechnungsmodalitäten (I)

- Beginnend mit dem Sommersemester 2015 wird die Veranstaltung „Grundlagen Marketing- und Dienstleistungsmanagement“ (M-DLM) von folgenden Lehrstühlen angeboten:
 - **Innovations- und Dialogmarketing** (Prof. Dr. Daniel Baier),
 - **Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
 - **Marketing**, voraussichtlich ab Sommersemester 2017 (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
- Die Veranstaltung M-DLM ersetzt die bisher vom Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement angebotene Veranstaltung „Grundlagen des Dienstleistungsmanagements“.
- Voraussichtlich ab SoSe 2017 ersetzt M-DLM auch die Veranstaltung „Strategisches Marketing“ des Lehrstuhls für Marketing.

Anrechnungsmodalitäten (II)

- Bis zu diesem Zeitpunkt, d.h. dem Zeitpunkt ab dem auch Inhalte aus „Strategisches Marketing“ in M-DLM eingehen, gelten folgende Anerkennungsmöglichkeiten:
 - Die Veranstaltung M-DLM kann im [Master BWL](#) im Ergänzungsmodulbereich als Modul „G-7 Grundlagen Marketing- und Dienstleistungsmanagement“ eingebracht werden, sofern die Veranstaltung „G-11 Grundlagen des Dienstleistungsmanagements“ noch nicht im Bachelorstudium eingebracht wurde bzw. sofern die Veranstaltung M-DLM nicht als Auflage zur Zulassung zum Master Studiengang BWL erforderlich war.
 - Die Veranstaltung M-DLM kann [im Master Sportökonomie](#) im Bereich „D: Ergänzungsmodulbereich“ als „D-3 Veranstaltung aus dem Fächerkanon Betriebswirtschaftslehre“ eingebracht werden, sofern die Veranstaltung „B-4-1 Grundlagen Dienstleistungsmanagement“ noch nicht im Bachelorabschluss eingebracht wurde bzw. sofern die Veranstaltung M-DLM nicht als Auflage zur Zulassung zum Master Studiengang Sportökonomie erforderlich war.
- Ab dem Zeitpunkt, an dem auch Inhalte aus „Strategisches Marketing“ in M-DLM eingehen (voraussichtlich SoSe 2017) kann M-DLM grundsätzlich nur noch eingebracht werden, sofern nicht parallel „Strategisches Marketing“ eingebracht wird bzw. bereits im Bachelorstudium eingebracht wurde.

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. **Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2016/2017**
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl BWL III - Marketing

Prof. Germelmann & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing Vorlesung: Germelmann Übung: Neder	V 3-2	B-1-2
Hauptseminar im Marketing Seminar : Herrmann, Geiger → <i>Teilnahme nicht mehr möglich</i>	V 3-3	B-1-5
Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt „Sponsorship – Insights from Theory and Practice“ Stark begrenzte Platzzahl – Bewerbung erforderlich! (Stieler)	B 1-6	D-3 / E-2 nach Absprache
Projektseminar „Methoden der Datenerhebung und multivariaten Datenanalyse“ Begonnen im SoSe 2016 (Diekmann / Germelmann) → <i>Teilnahme nicht mehr möglich</i>	B1-1.1	D-3 / E-2 nach Absprache
Betreuungsseminar Abschlussarbeiten (fakultativ) Germelmann		
Proseminar „Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens“ Neder / Stieler		
Veranstaltungs- und Projektmanagement Schreyer	V 3-4	

- **Zielgruppe:** Engagierte Studierende (M.Sc.) mit Interesse an Sponsorship-linked Marketing, Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis, Verhandlungsstrategien und Marktforschung.
- **Aufgaben (intensive Betreuung und Input bei jedem Aufgabenschritt):**
 1. Literaturrecherche im Bereich Sponsorship, Ziele von Sponsoring, Verhandlungsstrategien, implizite Theorien
 2. Erstellung eines Interviewleitfadens
 3. Eigenständige Durchführung von qualitativen Interviews mit Stakeholdern im Bereich Sponsoring
 4. Datenaufbereitung und -analyse
 5. Reporting der Ergebnisse
- **Anmeldung:** Schriftliche Bewerbung an max.stieler@uni-bayreuth.de mit kurzem Motivationsschreiben (max. halbe Seite), Bachelor-Zeugnis, aktuellem Noten-Auszug und Lebenslauf
 - Frist:** Dienstag, 18.10.2016, 18:00 Uhr
- **Ablauf und feste Termine:**
 - Kick-Off: Donnerstag, 20.10.2016, 14-16 Uhr (Raum: TBA: Bitte auf Aushänge achten)
 - Mehrere feste (donnerstags von 14-16 Uhr) sowie projektgruppenindividuelle Termine

Weiteres, innovatives Forschungsprojekt „Capstone Week“

- **Zielgruppe:** Engagierte Studierende (M.Sc.)
- **Zeitraum:** In der vorlesungsfreien Zeit vom 27.02.-04.03.2017 (Details folgen, vgl. Aushang)
- **Kooperation:** In Zusammenarbeit mit der Kelley School of Business (Indiana University, USA)
- → Bitte Aushänge Ende 2016 beachten...

Exklusive Chance!!



- What?

Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München

- Registration until **30.11.2016**

- Lecturer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer;
Technische Universität München



Technische Universität München 

- Grading: Based on exam (multiple choice and prose, 60 minutes)

- Applicable towards: V 3-2 Marketing B, or “Ergänzungsmodulbereich”

- Registration at the VHB homepage. Further information:

<https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true>
(search term: “sponsorship-linked marketing”)



- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zielgruppe: Wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master, Diplom)
- Themen:
 1. Bewertungskriterien
 2. Forschungsfragen
 3. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
 4. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
 5. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
 6. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann
- **Anmeldung: Nicht notwendig**
- **Ort: Siehe Vorlesungsverzeichnis**
- Termine (das Proseminar wird **2x pro Semester** angeboten): eintägige Blockveranstaltung am **7. November** und **6. März** (jeweils Vorlesung und Übung). Informationen finden Sie auf der Homepage des Marketing Lehrstuhls (**bitte im Newsletter des Marketing Lehrstuhls eintragen!**).

Lehrstuhl BWL VIII - Dienstleistungsmanagement

Prof. Woratschek & Team

		BWL Master	Sportökonomie Master
Veranstaltung			
Hauptseminar: Actor Engagement & Crowdfunding – ein empirisches Projekt im Dienstleistungsmanagement S: Woratschek, von Lingen, Fehrer – <u>läuft bereits</u>		V 8-3	B1-5
Angewandte Marktforschung im Dienstleistungsmanagement V über 2 Semester, Teil 1 Beginn WS 16/17: Woratschek, Kaiser Bitte Aushang zu gesondertem Anmeldeverfahren beachten!		B 1-1.3/M-2	D3/E-2
Qualität im Dienstleistungsmanagement VL: Woratschek, Di 12-14 Uhr, H22 Ü: Stadtelmann, Buser, Fehrer, in 5 Gruppen nach Ankündigung		V 8-2 (DLM B)	B-1-4/B-4-5 (DLM B)
DLM: Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing: Markenbildung bei Finanzdienstleistungen V: Böhler, Blockveranstaltung (Informationen zur Veranstaltung siehe Lehrstuhl für Marketing, Anmeldung als DLM-Spezialisierung in CampusOnline über Marketing-Lehrstuhl)		Ergänz	
DLM/SMV: Sportsponsoring V: Santomier, Blockveranstaltung, zwischen 21.11. & 25.11.16		Ergänz.	A-1-5/D
DLM/SMV: Leadership and Motivation V: Riemer, Blockveranstaltung, zwischen 02.12. & 08.12.16		Ergänz.	A-1-5/D

Anmeldung
in Campus-
Online bis
eine Woche
vor Klausur

Anmeldung mit Hinterlegung
eines Pfands von 25 €
von 17.10.16 bis 18.10.16
über CampusOnline.

Anmeldung mit Hinterlegung eines Pfands von 25 €
von 17.10.16 bis 18.10.16 über CampusOnline.

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
DLM/SMV: Innovative Approaches to Services Marketing and Management V: Gnoth, Blockveranstaltung zwischen 12.12. und 15.12.16	Ergänz	A-1-5/D
DLM/SMV: Sports Industry and Marketing in China V: Liu, Blockveranstaltung am 9./10./11. & 17.11.16	Ergänz	A-1-5/D
DLM/SMV: Marktforschungsorientiertes Benchmarking im Dienstleistungsmanagement V: Durchholz, Blockveranstaltung am 01./02., 08./09.12. & 16.12.16	Ergänz.	A-1-5/D
DLM/SMV: Beschwerdemanagement V: Macht, Blockveranstaltung am 28.10.16 & 18./19.11.16	Ergänz.	A-1-5/D
DLM/SMV: Fundamentals of Sport Marketing V: Kalemba, Blockveranstaltung, zwischen 28.11. und 09.12.16	Ergänz	A-1-5/D
Entrepreneurship in der New Economy (2 ECTS) V: Maier, Blockveranstaltung am 09./10.11., 16./17.11. & 23.11.16	Ergänz	E/D
Schlüsselqualifikation: Business Etikette (2 ECTS) V: Thammer, Blockveranstaltung nach Ankündigung	Ergänz	E/D

Lehrstuhl BWL XIII – Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Lis & Team



- Ausrichtung des Lehrstuhls an der Schnittstelle von Marketing, Management und Medien
- Fokussierung an aktuellen Fragen in den Bereichen des Konsumentenverhaltens sowie des (Media-) Managements vor dem Hintergrund einer voranschreitenden Digitalisierung der Märkte.
- Betrachtung u.a. des E- und M-Commerce, Kommunikation von verantwortungsbewusstem Unternehmensverhalten (CSR), und electronic Word of Mouth

Veranstaltungen für Master BWL und Master Sportökonomie im Wintersemester 2016/17

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Corporate Social Responsibility Vorlesung: Lis Mittwochs von 10-12 Uhr, 26.10. - 11.01.2017, H 19 (NW II)</p>	Ergänz.	D-3
<p>Fallstudienmasterseminar „Strategische Managemententscheidungen bei Medienunternehmen in Zeiten des digitalen Wandels“</p> <p>Anmeldefrist: 17.10. - 21.10.2016 über Campus Online Einführungsveranstaltung mit Themenvergabe: am Mittwoch, den 26.10.2016, 16:15 – 17:45 Uhr; Raum 2.149 (RW I zweiter Stock) Abgabe der schriftlichen Fallbearbeitung: am Freitag, den 09.12.2016, bis 12 Uhr im Sekretariat. Fragen per Mail an riccardo.reith@uni-bayreuth.de</p> <p>Präsentationstermin: Freitag und Samstag, 16.12. und 17.12.2016, 10:00 - 18:00 Uhr;</p>	V 3-3	B-1-5

Lehrstuhl BWL XIV – Innovations- und Dialogmarketing

Prof. Baier & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Innovationsmarketing (Baier, Kaiser) V: Di., 08:15-09:45 Uhr, H13 (NW I), ab 18.10.2016 Ü: Mo., 16:15-17:45 Uhr, H21 (RW II), ab 07.11.2016 (14-tägig)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Grundlagen: Bedeutung und Risiken von Innovationen, Innovationsarten, Phasenmodelle, Erfolgsfaktoren für Innovationen</i> • <i>Konzepte: Ideenfindung, Ideenbewertung, Konzeptgestaltung</i> • <i>Markteinführung: Testmarktforsch., Preisfindung, Adoption/Diffusion</i> 	als V 8-1 (DLM A) anrechenbar	als B-1-3 (DLM A) anrechenbar
<p>Marketing Intelligence (Baier) V: Do., 08:15-09:45 Uhr, H22 (RW II), ab 20.10.2016 Ü: Fr., 10:15-11:45 Uhr, H34 (AI), ab 28.10.2016 (14-tägig)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Informationsbedarf und Datenquellen</i> • <i>Datengewinnung: Reliabilität, Validität, Stichprobenplanung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Panelforschung</i> • <i>Datenauswertung: u.a. Regressionsanalyse, Clusteranalyse, Conjointanalyse, Kausalanalyse, Data Mining, Web Mining</i> 	als B 2-9 anrechenbar	als D-3 anrechenbar
<p>Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing, <i>Anmeldung bereits abgeschlossen</i> (Sänn)</p>	als V 3-3 / V 8-3 anrechenbar	als B-1-6 / B-1-7 anrechenbar
<p>Projektseminar Marktforschungsmethoden im Innovations- und Dialogmarketing, <i>Fortsetzung aus dem SoSe 2015</i> (Kaiser)</p>	B1-1 anrechenbar	als E-2 nach Absprache anrechenbar

Veranstaltung  	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing (Baier) – Anmeldung via CampusOnline läuft noch bis 28.10.2016, 23:59 Uhr</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Inhalt:</u> wechselnd, im WiSe 16/17 wieder mit der Baur-Gruppe und Atelier Goldener Schnitt zum Thema Online-Textilhandel • <u>Lernziel:</u> Die Studierenden sind mit neueren Entwicklungen zum Thema „Online-Textilhandel“ vertraut und können einschlägige Forschungsfragen eigenständig wissenschaftlich bearbeiten. • <u>Methoden:</u> Nutzung verfügbarer Studien und Zählmaschinen, persönliche Befragung ausgewählter Experten, kleine schriftliche/ Online-Befragung, Datenauswertung mit SPSS oder R. Teilnehmer bearbeiten in betreuten Gruppen über 3 Stufen eines der folgenden Themen: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Wie zufrieden sind die Kunden mit der derzeitigen Abwicklung der Bestellung und Lieferung von Mode?</i> 2. <i>Wie stehen sie zu (bekannten) möglichen Verbesserungen/ Veränderungen (z.B. virtuelle Angebote etc.)?</i> 3. <i>Welche weitergehenden Verbesserungen/ Veränderungen sind möglich?</i> 	als B 1-6 anrechenbar	als D-3 / E-2 nach Absprache anrechenbar

Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Röglinger & Team

Anrechenbar als
Hauptseminar
Marketing

Praxisseminar im Bereich Wirtschaftsinformatik in Kooperation mit der REHAU AG + Co

- Praxisseminar während der Vorlesungszeit des Wintersemesters 2016/17 für BWL und WIng
- Praxisnahe Themen aus den Bereichen Digitalisierung, mobile Anwendungen und Marketing/Vertrieb
- Anmeldung über CampusOnline bis zum 21. Oktober
- Anrechenbarkeit: auch anrechenbar als V3-3 Hauptseminar Marketing

Weitere Informationen auf: www.wi.uni-bayreuth.de



REHAU[®]

Unlimited Polymer Solutions



Projektgruppe
Wirtschaftsinformatik

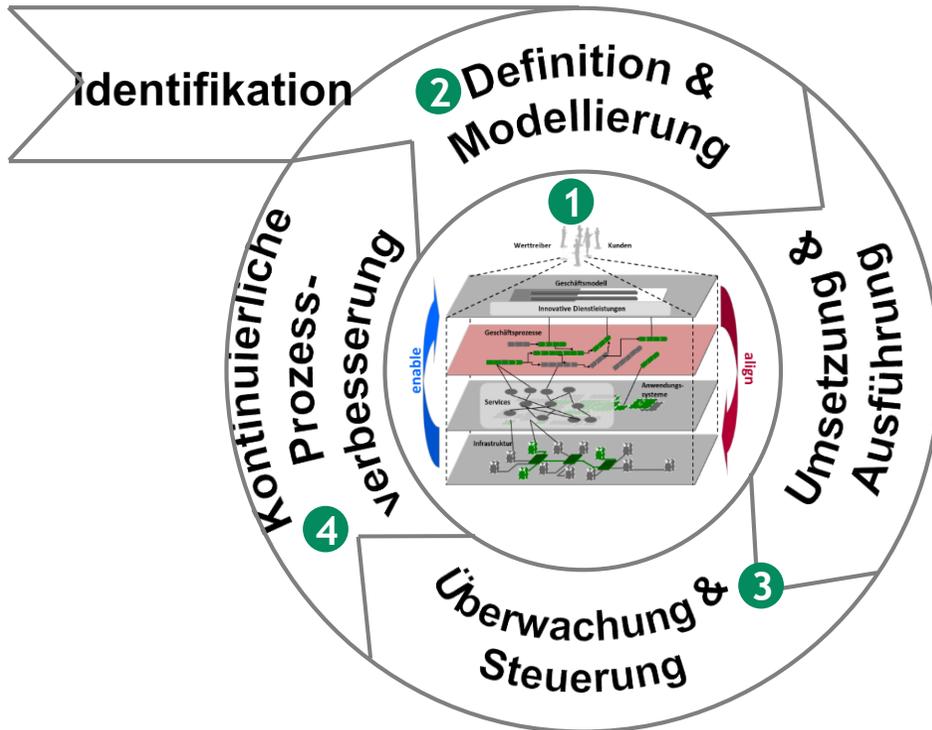
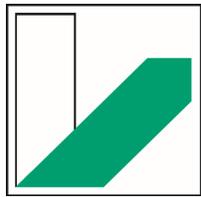


Kernkompetenzzentrum
Finanz- & Informationsmanagement

Vorlesungsankündigung

Wertorientiertes Prozessmanagement (V 7-8)

Einstieg noch
problemlos möglich!



Modus:	Regulär im WiSe
Einbringbarkeit:	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre (kleine Vertiefung WI, große Vertiefung TOP, Ergänzungsmodulbereich); M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen
Leistungspunkte:	6 LP
Prüfungstermin:	tbd
Teilnehmerzahl:	unbegrenzt
Anmeldung:	Campus Online
Kontakt:	maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
Weitere Infos:	http://www.wi.uni-bayreuth.de
Starttermin:	17.10.2016, 18:00 Uhr (s.t.), RW S61

1 Grundlagen des Prozessmanagements

3 Prozessindustrialisierung und -digitalisierung

2 Prozessmodellierung und -identifikation

4 Prozessverbesserung

Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement

Prof. Kessler & Team

■ **International Management of Technology and Innovation**

■ V: Di. 14-16 Uhr, S 52, Ü: Do. 12-14 Uhr, S 64

■ **Worum geht es?**

- Integration von Technologie und Strategie
- Internationale Innovationssysteme und Standards
- Technologische Wettbewerbsanalyse
- Management von Innovationskooperationen und -netzwerken
- Digitalisierung
- Business Model Innovation und Design Thinking

■ **Wie ist die Veranstaltung aufgebaut?**

- Vorlesung in englischer Sprache
- Interaktive englischsprachige Übung mit Case Studies

■ **Wie ist die Veranstaltung anrechenbar?**

- Als Modul V 6-4 oder V 11-1/11-2/11-3
- Im Ergänzungsmodulbereich

■ **Hauptseminar Internationales Technologiemanagement**

■ Kick-off: 25.10., 16 Uhr, tba, Zwischenpräsentation: 30.11., Abschlusspräsentation: 23.01.2017 – Anmeldung noch bis 25.10. möglich

■ **Worum geht es?**

- Lösung eines ausgewählten Problems aus dem Themenfeld intern. Technologie- und Innovationsmanagement bzw. ind. Dienstleistungen
- Ziel ist nicht die Reproduktion von Wissen, sondern die Erfassung aktueller Problemstellungen aus Unternehmen, aus bestimmten Märkten bzw. aus Forschungsprojekten und die Erarbeitung konkreter Lösungsvorschläge

■ **Was sind mögliche Themen?**

- Value Co-Creation
- The future of mobility

■ **Wie ist die Veranstaltung anrechenbar?**

- Als Modul V5-4 oder V 7-3 oder V 11-4
- Im Ergänzungsmodulbereich

■ **Turnaround Management**

■ 12.-17.01.2017

- Nähere Informationen zu Inhalt, Aufbau und Anrechenbarkeit unter www.itm.uni-bayreuth.de

Juniorprofessur Medienmanagement

Prof. Kunz & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Marketing-Management bei Sportmedien HS: Kunz & Bauhofer Blockveranstaltung zu ausgewählten Terminen Kick-off: Mi 19.10., 10-12 Uhr, S 64 (RW I) <i>Bewerbung durch kurzes Motivationsschreiben bis Mi 19.10., 12.00 Uhr per E-Mail: medienmanagement@uni-bayreuth.de</i></p>	Erg.	B-1-6/ B-1-7/ D-3
<p>Multivariate Datenanalyse im Medienmanagement Ü: Kunz & Rolf Blockveranstaltung nach bes. Ankündigung Bitte gesonderten Aushang im Laufe des Semesters beachten</p>	fakultativ	fakultativ
<p>Interdisziplinäres Oberseminar und Kolloquium im Medienmanagement (u. a. für KandidatInnen von Masterarbeiten) Kunz & KollegInnen Termine: Mo 17.10 & 30.01., jeweils 10-18 Uhr, IBZ (Gästehaus)</p>	fakultativ	fakultativ

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2016/2017
6. **Master...und danach?**
7. Kontaktmöglichkeiten

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:

1. Als wissenschaftlicher Mitarbeiter
2. Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert

- Die Arbeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter:

- Verfolgen eines **selbstgewählten Dissertationsthemas**
- Mitarbeit an lehrstuhlübergreifenden **Forschungsprojekten**
- Vorbereiten und Halten von **Lehrveranstaltungen**
(z.B. Übungen, Seminare, Fallstudien, Planspiele, Projektseminar)
- Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
- Administrative Aufgaben am Lehrstuhl

→ Voraussetzung für Promotion Master bzw. Diplomabschluss mit Note „gut“ (§6 Promotionsordnung der RW-Fakultät)

→ Einen ersten Einblick liefert die Arbeit als **wissenschaftliche Hilfskraft und Tutor** (bei Ausschreibung bewerben)



} bei ganzer Stelle 5 SWS
Lehraktivitäten

Monatliches Einstiegsgehalt TV-L E13 Stufe 1*:

Arbeitszeit	100%	75%	50%
Brutto**	3.517€	2.638€	1.759€
Netto**	2.065€	1.657€	1.213€
Jahres-Brutto** ***	43.967€	32.975€	21.984€

* Lohnsteuerklasse I, Krankenversicherung 14,6%, Kirchensteuer Bayern, keine Kinderfreibeträge

** gerundet

*** inkl. Jahressonderzahlung

- Die Einstiegsgehälter für Wirtschaftswissenschaftler liegen derzeit bei ca. 45.000€.
- Das Einstiegsgehalt nach der Promotion beträgt jährlich durchschnittlich 56.000€, promovierte Führungskräfte im Marketing und Vertrieb verdienen ca. 129.000€ und damit 12% mehr als Kollegen mit Diplom- oder Masterabschluss.
- Jede Entgeltgruppe ist in zwei Grundstufen und drei bis vier Entwicklungsstufen unterteilt. Diese werden durchlaufen und sollen die wachsende Berufserfahrung abbilden. Die Abstände zwischen den Stufenaufstiegen sind gestaffelt (siehe auch Entgelttabelle): In Stufe 1 bleibt man im Regelfall ein Jahr, in Stufe 2 zwei Jahre, in Stufe 3 drei Jahre, in Stufe 4 vier Jahre, in Stufe 5 fünf Jahre



Die RW Fakultät strebt weiterhin eine Erhöhung des Frauenanteils von Promotionen an.

Doktorandinnen können daher zusätzliche Fördermaßnahmen in Anspruch nehmen:

- **Zuschüsse** für Reisekosten (z.B. Tagungsgebühren), Forschungsreisen und Weiterbildungen
- **Hilfskraftmittel** (z.B. für die Unterstützung bei Forschungsprojekten)
- **Coaching Programm** zur Unterstützung bei der Karriereplanung, Zeit- und Teammanagement sowie Work-Live-Balance
- **Fortbildungsmaßnahmen** in Zusammenarbeit mit dem Fortbildungszentrum Hochschullehre (FBZHL)
- **Stipendium** zur Abschlussphase der Promotion im Rahmen des „Programms zur Förderung der Chancengleichheit für Frauen in Forschung und Lehre“ des Freistaates Bayern (monatlich 1200€ für max. 3 Monate)
- **Fördermaßnahmen:** Ggf. stehen Gelder für eine studentische Hilfskraft oder andere Unterstützungsformen zur Verfügung.
- Die Universität Bayreuth setzt sich als **zertifizierte familiengerechte Hochschule** mit Nachdruck für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2016/2017
6. Master...und danach?
7. **Kontaktmöglichkeiten**

- **Lehrstuhl BWL III: Marketing** – Prof. Dr. Claas Christian GERMELMANN
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 163, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6130, Fax +49 (0) 921 – 55-6132
Internet: www.marketing.uni-bayreuth.de, E-Mail: bwl3@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL VIII: Dienstleistungsmanagement** – Prof. Dr. Herbert WORATSCHEK
Universitätsstraße 30, Sportinstitut, Raum 1.09, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-3497, Fax +49 (0) 921 – 55-3496
Internet: www.dlm.uni-bayreuth.de, E-Mail: dlm@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** – Prof. Dr. Bettina LIS
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 152, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6111, Fax +49 (0) 921 – 55-6112
Internet: www.abwl.uni-bayreuth.de, E-Mail: bettina.lis@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIV: Innovations- und Dialogmarketing** – Prof. Dr. Daniel BAIER
Universitätsstr. 30, Gebäude B9, Raum 20, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-4340, Fax +49 (0) 921 – 55-4342
Internet: www.innodialog.uni-bayreuth.de, E-Mail: daniel.baier@uni-bayreuth.de
- **Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** - Prof. Dr. Maximilian RÖGLINGER
Wittelsbacherring 10, 95444 Bayreuth
Telefon: +49 921 55-4710, Fax: +49 921 55-84-4710
Internet: www.wpm.uni-bayreuth.de, E-Mail: maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
- **Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen** – Prof. Dr. Tim KESSLER
Universitätsstr. 30, Gebäude B9, Raum 14, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-2819
Internet: www.itm.uni-bayreuth.de, E-Mail: tim.kessler@uni-bayreuth.de
- **Juniorprofessur für Medienmanagement, insbesondere Sportmedien** – Prof. Dr. Reinhard KUNZ
Geschwister-Scholl-Platz 3 (Gebäude GSP), 2. OG, Raum 0.1 02 431.2+3, 95445 Bayreuth
Telefon: +49 (0) 921 – 55-5060 & -5061
Internet: www.medienmanagement.uni-bayreuth.de, E-Mail: medienmanagement@uni-bayreuth.de