



---

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

am 07.10.2014 (Wintersemester 2014/2015)

---

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl für Marketing)

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl für Innovations- und Dialogmarketing)

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

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

Prof. Dr. Gilbert Fridgen (Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management)

Dr. Bettina Lis (Lehrstuhlvertretung Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

## Gliederung

1. Vorstellung
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. Integrierte Masterarbeit/Empirisches  
Projektseminar
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2014/2015
6. Kontaktmöglichkeiten

## Professoren und Habilitanden im Arbeitsschwerpunkt MuSe



**Prof. Dr. Claas  
Christian Germelmann**



**Prof. Dr.  
Herbert Woratschek**



**Prof. Dr.  
Daniel Baier**



**J.-Prof. Dr.  
Reinhard Kunz**



**Prof. Dr.  
Gilbert Fridgen**



**J.-Prof. Dr.  
Tim Kessler**



**Dr. Bastian Popp**



**Dr. Tim Ströbel**

© 2014 Universität Bayreuth

## Professoren und Habilitanden im Arbeitsschwerpunkt MuSe



**Dr. Bettina Lis**



**Professor David  
Ridpath**

© 2014 Universität Bayreuth

## Mitarbeiterteam Arbeitsschwerpunkt MuSe



**Carmen Back**  
Sekretärin



**Alina Geiger**  
Bachelor of Science



**Johanna Held**  
Master of Arts



**Mario Kaiser**  
M.Sc. SpOec.



**Christopher Maier**  
Dipl.-Sportökonom



**Joschka Mütterlein**  
Bachelor of Arts



**Pablo Neder**  
Dipl.-Kaufmann



**Markus Seufert**  
Dipl.-Kfm.

© 2014 Universität Bayreuth

## Mitarbeiterteam Arbeitsschwerpunkt MuSe



**Michael Stadelmann**  
Dipl.-Gesundheitsökonom



**Maximilian Stieler**  
Dipl.-Sportökonom



**Doris Tavernier**  
Sekretariat



**Friederike Weismann**  
Master of Arts



**Eva Querengässer**  
Master of Science

© 2014 Universität Bayreuth

## Gastprofessoren im Arbeitsschwerpunkt MuSe



**Prof. Dave Ridpath**



**Prof. James Santomier**



**Prof. Marijke Taks**



**Prof. Jürgen Gnoth**



**Prof. André Richelieu**



**Prof. Lorn Sheehan**



**Prof. Don Getz**



**Prof. Harold Riemer**

© 2014 Universität Bayreuth

## Gastprofessoren im Arbeitsschwerpunkt MuSe



**Prof. Dip Biswas**



**Prof. Stephan  
Henneberg**



**Prof. Constantine  
Katsikeas**



**Prof. Björn Walliser**



**Prof. Bradley Wilson**



**Prof. Mathieu  
Kacha**



**Prof. Jean-Luc  
Hermann**

© 2014 Universität Bayreuth

# Lehrprogramm Master BWL: Marketing (kleine Vertiefung)

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| Master-<br>modul<br>(30 LP)   | Schriftliche Masterarbeit  |   |  |
| Modul-<br>bereich<br>„kleine“<br>Vertiefung<br>(18 + 18 LP)<br>+<br>max. 24 LP<br>aus MuSe<br>Ergän-<br>zungs-<br>modul-<br>bereich | <b>Marketing</b>   | <b>Dienstleistungs-<br/>management</b>  | <b>MuSe Ergänzungs-<br/>modulbereich</b>   |
|   | <b>Hauptseminar<br/>Marketing &amp; Services</b>   | <b>Hauptseminar<br/>Marketing &amp; Services</b>  | max. 24 LP aus:<br>• Dialogmarketing*<br>• Innovationsmarketing*<br>• Management von digitalen Medien<br>• Marketing-Management bei Sportmedien<br>• Veranstaltungs- und Projektmanagement<br>• Ausgewählte Fragen zum Marketing<br>• Ausgewählte Fragen zum<br>Dienstleistungsmanagement<br>• Hauptseminar Medienmanagement<br>• ...<br>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht |
|   | <b>Marketing A:<br/>Konsumentenverhalten</b>   | <b>DLM A:<br/>Wertschöpfung in der<br/>Service-Profit Chain<br/>oder Innovationsmarketing</b> |  |
|   | <b>Marketing B:<br/>Corporate Communication,<br/>Media and Marketing<br/>oder Dialogmarketing</b>  | <b>DLM B:<br/>Qualitätsmanagement und<br/>-messverfahren</b>                                  |  |
| Basismo-<br>dulbereich<br>(B1: 12 LP,<br>B2: 18 LP)   | Basismodul B1 – Forschungsmethoden<br>Empfehlung: Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse oder Strategische Rechtskommunikation<br>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre<br>Marketing Intelligence (ab SoSe 2015) |   |  |

© 2014 Universität Bayreuth

# Lehrprogramm Master BWL: Dienstleistungsmanagement (kleine Vertiefung)

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| Master-<br>modul<br>(30 LP)   | Schriftliche Masterarbeit  |   |  |
| Modul-<br>bereich<br>„kleine“<br>Vertiefung<br>(18 + 18 LP)<br>+<br>max. 24 LP<br>aus MuSe<br>Ergän-<br>zungs-<br>modul-<br>bereich | <b>Marketing</b>   | <b>Dienstleistungs-<br/>management</b>  | <b>MuSe Ergänzungs-<br/>modulbereich</b>   |
|   | <b>Hauptseminar<br/>Marketing &amp; Services</b>   | <b>Hauptseminar<br/>Marketing &amp; Services</b>  | max. 24 LP aus:<br>• Dialogmarketing*<br>• Innovationsmarketing*<br>• Management von digitalen Medien<br>• Marketing-Management bei Sportmedien<br>• Veranstaltungs- und Projektmanagement<br>• Ausgewählte Fragen zum Marketing<br>• Ausgewählte Fragen zum<br>Dienstleistungsmanagement<br>• Hauptseminar Medienmanagement<br>• ...<br>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht |
|   | <b>Marketing A:<br/>Konsumentenverhalten</b>   | <b>DLM A:<br/>Wertschöpfung in der<br/>Service-Profit Chain<br/>oder Innovationsmarketing</b> |  |
|   | <b>Marketing B:<br/>Corporate Communication,<br/>Media and Marketing<br/>oder Dialogmarketing</b>  | <b>DLM B:<br/>Qualitätsmanagement und<br/>-messverfahren</b>                                  |  |
| Basismo-<br>dulbereich<br>(B1: 12 LP,<br>B2: 18 LP)   | Basismodul B1 – Forschungsmethoden<br>Empfehlung: Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse oder Strategische Rechtskommunikation<br>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre<br>Marketing Intelligence (ab SoSe 2015) |   |  |

© 2014 Universität Bayreuth

# Lehrprogramm Master BWL: Marketing & Services (große Vertiefung)

| Mastermodul (30 LP)  | <b>Schriftliche Masterarbeit</b>   |   |  |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|--|---|---|---|---|--|--|--|
| Modulbereich „große“ Vertiefung (36 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungsbereich                                    | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">Große Vertiefung Marketing &amp; Services</th> <th style="text-align: center;">Ergänzungsbereich Marketing &amp; Services</th> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b></td> <td rowspan="4" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">                     max. 24 LP aus:<br/>                     • Dialogmarketing*<br/>                     • Innovationsmarketing*<br/>                     • Management von digitalen Medien<br/>                     • Marketing-Management bei Sportmedien<br/>                     • Veranstaltungs- und Projektmanagement<br/>                     • Ausgewählte Fragen zum Marketing<br/>                     • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement<br/>                     • Hauptseminar Medienmanagement<br/>                     • ...<br/>                     * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht                 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Marketing A:</b><br/>Konsumentenverhalten</td> <td style="text-align: center;"><b>DLM A:</b> Wertschöpfung in der Service-Profit Chain<br/><u>oder Innovationsmarketing</u></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Marketing B:</b> Corporate Communication, Media and Marketing<br/><u>oder Dialogmarketing</u></td> <td style="text-align: center;"><b>DLM B:</b> Qualitätsmanagement und -messverfahren</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b><br/>(Auswahl einer der nicht gewählten obigen Vorlesungen)</td> </tr> </table> | Große Vertiefung Marketing & Services   |  | Ergänzungsbereich Marketing & Services | <b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b> |  | max. 24 LP aus:<br>• Dialogmarketing*<br>• Innovationsmarketing*<br>• Management von digitalen Medien<br>• Marketing-Management bei Sportmedien<br>• Veranstaltungs- und Projektmanagement<br>• Ausgewählte Fragen zum Marketing<br>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement<br>• Hauptseminar Medienmanagement<br>• ...<br>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht | <b>Marketing A:</b><br>Konsumentenverhalten | <b>DLM A:</b> Wertschöpfung in der Service-Profit Chain<br><u>oder Innovationsmarketing</u> | <b>Marketing B:</b> Corporate Communication, Media and Marketing<br><u>oder Dialogmarketing</u> | <b>DLM B:</b> Qualitätsmanagement und -messverfahren | <b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b><br>(Auswahl einer der nicht gewählten obigen Vorlesungen) |  |
| Große Vertiefung Marketing & Services  |  | Ergänzungsbereich Marketing & Services  |  |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |
| <b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b>   |  | max. 24 LP aus:<br>• Dialogmarketing*<br>• Innovationsmarketing*<br>• Management von digitalen Medien<br>• Marketing-Management bei Sportmedien<br>• Veranstaltungs- und Projektmanagement<br>• Ausgewählte Fragen zum Marketing<br>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement<br>• Hauptseminar Medienmanagement<br>• ...<br>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht |  |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |
| <b>Marketing A:</b><br>Konsumentenverhalten  | <b>DLM A:</b> Wertschöpfung in der Service-Profit Chain<br><u>oder Innovationsmarketing</u>  |   |  |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |
| <b>Marketing B:</b> Corporate Communication, Media and Marketing<br><u>oder Dialogmarketing</u>                    | <b>DLM B:</b> Qualitätsmanagement und -messverfahren   |   |  |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |
| <b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b><br>(Auswahl einer der nicht gewählten obigen Vorlesungen) |  |   |  |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |
| Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)   | <p style="text-align: center;"><b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b><br/>Empfehlung: Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse oder Strategische Rechtskommunikation</p> <p style="text-align: center;"><b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b><br/>Marketing Intelligence (ab SoSe 2015)</p>  |   |  |  |  |  |   |   |   |   |  |  |  |

© 2014 Universität Bayreuth

# Lehrprogramm Master Sportökonomie: Marketing & Services (bis einschließlich Sommersemester 2014)

| Mastermodul (30 LP)   | <b>Schriftliche Masterarbeit</b>   |  |                           |                  |                                       |  |  |   |   |  |  |
|---|--|--|---------------------------|------------------|---------------------------------------|--|--|---|---|--|--|
| Vertiefungsmodul-BWL B-1<br>24 LP + 6 LP                      | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th style="text-align: center;">Marketing</th> <th style="text-align: center;">Dienstleistungsmanagement</th> <th style="text-align: center;">Direct Marketing</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Marketing A<br/>(Konsumentenverhalten)</td> <td style="text-align: center;">DLM A<br/>(Wertschöpfung in der Service-Profit-Chain)</td> <td rowspan="3" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">                     Eine Veranstaltung aus dem Bereich Direct Marketing<br/>                     DM 1: Customer Relationship Management<br/>                     oder<br/>                     DM 3: Grundlagen des Online Marketing<br/><br/>                     Anerkennung des Seminars DM möglich:<br/>                     • Hauptseminar DM mit Dienstleistungsbezug als Hauptseminar DLM (Anerkennung wird vor Anmeldung bekannt gegeben)<br/>                     • Hauptseminar DM als Hauptseminar Marketing                 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Marketing B<br/>(Corporate Communication, Media and Marketing)</td> <td style="text-align: center;">DLM B<br/>(Qualitätsmanagement und -messverfahren)</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Hauptseminar Marketing oder DLM</b></td> </tr> </table> | Marketing  | Dienstleistungsmanagement | Direct Marketing | Marketing A<br>(Konsumentenverhalten) | DLM A<br>(Wertschöpfung in der Service-Profit-Chain) | Eine Veranstaltung aus dem Bereich Direct Marketing<br>DM 1: Customer Relationship Management<br>oder<br>DM 3: Grundlagen des Online Marketing<br><br>Anerkennung des Seminars DM möglich:<br>• Hauptseminar DM mit Dienstleistungsbezug als Hauptseminar DLM (Anerkennung wird vor Anmeldung bekannt gegeben)<br>• Hauptseminar DM als Hauptseminar Marketing | Marketing B<br>(Corporate Communication, Media and Marketing) | DLM B<br>(Qualitätsmanagement und -messverfahren) | <b>Hauptseminar Marketing oder DLM</b> |  |
| Marketing   | Dienstleistungsmanagement  | Direct Marketing   |                           |                  |                                       |  |  |   |   |  |  |
| Marketing A<br>(Konsumentenverhalten)                         | DLM A<br>(Wertschöpfung in der Service-Profit-Chain)   | Eine Veranstaltung aus dem Bereich Direct Marketing<br>DM 1: Customer Relationship Management<br>oder<br>DM 3: Grundlagen des Online Marketing<br><br>Anerkennung des Seminars DM möglich:<br>• Hauptseminar DM mit Dienstleistungsbezug als Hauptseminar DLM (Anerkennung wird vor Anmeldung bekannt gegeben)<br>• Hauptseminar DM als Hauptseminar Marketing |                           |                  |                                       |  |  |   |   |  |  |
| Marketing B<br>(Corporate Communication, Media and Marketing) | DLM B<br>(Qualitätsmanagement und -messverfahren)  |  |                           |                  |                                       |  |  |   |   |  |  |
| <b>Hauptseminar Marketing oder DLM</b>                        |  |  |                           |                  |                                       |  |  |   |   |  |  |
| Ergänzungsbereich (15 LP)                                     | <b>Ergänzungsbereich D – (15 LP)</b><br>D-3: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (6 LP)  |  |                           |                  |                                       |  |  |   |   |  |  |

© 2014 Universität Bayreuth

## Lehrprogramm Master Sportökonomie: Marketing & Services (Übergangsregelung)

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| Master-<br>modul<br>(30 LP)  | <b>Schriftliche Masterarbeit</b>   |   |   |
| Vertiefungs-<br>modul-<br>BWL B-1<br><br>24 LP<br><br>+<br><br>6 LP) | <b>Marketing</b>   | <b>Dienstleistungs-<br/>management</b>  | <b>Direct Marketing</b>   |
|  | <b>Marketing A:</b><br>(Konsumentenverhalten)  | <b>DLM A:</b> Wertschöpfung in der<br>Service-Profit Chain<br><u>oder</u> <b>Innovationsmarketing</b> | Eine Veranstaltung aus dem<br>Bereich Direct Marketing<br>DM 1: Customer Relationship<br>Management<br>oder<br>DM 3: Grundlagen des<br>Online Marketing   |
|  | <b>Marketing B:</b> Corporate<br>Communication, Media<br>and Marketing<br><u>oder</u> <b>Dialogmarketing</b> | <b>DLM B:</b><br>(Qualitätsmanagement und<br>-messverfahren)  |   |
|  | Hauptseminar<br>Marketing & Services   |   | Anerkennung des Seminars DM möglich:<br>• Hauptseminar DM mit Dienstleistungs-<br>bezug als Hauptseminar DLM (Anerken-<br>nung wird vor Anmeldung bekannt gegeben)<br>• Hauptseminar DM als Hauptseminar<br>Marketing |
| Ergänzungs-<br>modul-<br>bereich<br>(15 LP)                          | <b>Ergänzungsbereich D – (15 LP)</b><br>D-3: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (6 LP)                |   |   |

© 2014 Universität Bayreuth

## Lehrprogramm Master Sportökonomie: Marketing & Services (ab Wintersemester 2014/2015)

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| Master-<br>modul<br>(30 LP)  | <b>Schriftliche Masterarbeit</b>  |   |  |
| Vertiefungs-<br>modul-<br>BWL B-1<br><br>24 LP<br><br>+<br><br>6 LP) | <b>Marketing</b>  | <b>Dienstleistungs-<br/>management</b>  |  |
|  | <b>Marketing A:</b><br>Konsumentenverhalten   | <b>DLM A:</b> Wertschöpfung in der<br>Service-Profit Chain<br><u>oder</u> <b>Innovationsmarketing</b> |  |
|  | <b>Marketing B:</b> Corporate Commu-<br>nication, Media and Marketing<br><u>oder</u> <b>Dialogmarketing</b>                                       | <b>DLM B:</b><br>Qualitätsmanagement und<br>-messverfahren  |  |
|  | Hauptseminar<br>Marketing & Services  |   |  |
| Ergänzungs-<br>modul-<br>bereich<br>(15 LP)                          | <b>Ergänzungsbereich D – (15 LP)</b><br>D-3: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (6 LP)<br>(z. B. Marketing Intelligence (ab WS 2015/2016)) |   |  |

© 2014 Universität Bayreuth

# Masterarbeit

## 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

© 2014 Universität Bayreuth

# Masterarbeiten

Im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe) werden die Themen für Abschlussarbeiten vom Lehrstuhl für Marketing (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann), vom Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement (Prof. Dr. Herbert Woratschek) und Lehrstuhl für Innovations- und Dialogmarketing (Prof. Dr. Daniel Baier) gemeinsam ausgeschrieben. Sie sparen somit Aufwand und Zeit, da Sie sich parallel auf die Themen der drei Lehrstühle bewerben können.

Die Themenaussschreibung erfolgt dabei zweimal pro Semester.

Voraussichtliche Themenaussschreibung **Sommersemester**:

- Januar (ca. 2/3 der verfügbaren Themen werden veröffentlicht)
- Ende April/Anfang Mai (ca. 1/3 der verfügbaren Themen werden veröffentlicht)

Voraussichtliche Themenaussschreibung **Wintersemester**:

- Juni (ca. 2/3 der verfügbaren Themen werden veröffentlicht)
- Ende Oktober/Anfang November (ca. 1/3 der verfügbaren Themen werden veröffentlicht)

Weitere Hinweise zum Bewerbungsprozess erhalten Sie im Zuge der Themenaussschreibung per Aushang auf den Homepages der beteiligten Lehrstühle.

Bitte beachten Sie bei der Suche nach einem Thema für eine Abschlussarbeit im Schwerpunkt „Marketing und Services (MuSe)“ zudem die Themen der [Juniorprofessur Medienmanagement, insbesondere Sportmedien \(Prof. Dr. Reinhard Kunz\)](#), der [Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen \(Prof. Dr. Tim Kessler\)](#) und der [Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management \(Prof. Dr. Gilbert Fridgen\)](#), die auf der jeweiligen Homepage der Professoren angekündigt werden.

© 2014 Universität Bayreuth



## Zertifikat Marketing und Services (MuSe)

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.



© 2014 Universität Bayreuth

## Veranstaltungen Marketing Master BWL und Master Sportökonomie im Wintersemester 2014/2015

| Veranstaltung  | BWL Master   | Sport-ökonomie Master                                  |
|--|--|--|
| <b>Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing</b><br>Vorlesung: Germelmann<br>Übung: Neder              | V 3-2  | B-1-2  |
| <b>Hauptseminar im Marketing</b><br>Seminar: Germelmann, Hermann, Stieler, Geiger                                      | V 3-3  | B-1-6  |
| <b>Projektseminar „Methoden der Datenerhebung und multivariaten Datenanalyse“</b><br>Beginnt im SoSe 2015 (Germelmann) | B1-1.1   | E-2 nach Absprache                                     |
| <b>Veranstaltungs- und Projektmanagement</b><br>Schreyer   | V 3-4  |  |
| Ausgewählte Fragen des Marketing (nicht in diesem WiSe)  | V 3-5 (E)  | Möglich (Einarbeitung in Modulhandbuch folgt)          |
| <b>Sponsorship-linked Marketing</b><br>Online Course: Königstorfer   | als V 3-2 (Marketing B) oder im Erg.Modul. anrechenbar | als B-1-2 (Marketing B) oder Erg.Modul.D-3 anrechenbar |

© 2014 Universität Bayreuth

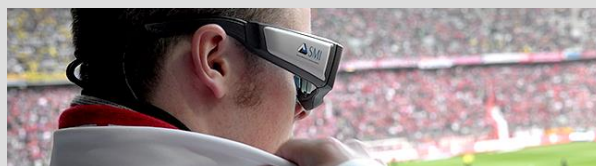
## Proseminar „Technik des wissenschaftlichen Arbeitens“ Verantwortlich: Lehrstuhl BWL III – Marketing

- 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: N.N.**
- Termin: Blockveranstaltung (Vorlesung und Übung) *voraussichtlich* am Ende des Semesters **nach Ankündigung** auf der Homepage des Marketing Lehrstuhls (**bitte im Newsletter des Marketing Lehrstuhls eintragen!**).

© 2014 Universität Bayreuth

### ONLINE COURSE

## Sponsorship-linked Marketing



Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer

## Sponsorship-linked Marketing

- **What?**  
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- **When?** Start on October 10, 2014  
(during WS 2014/15)
- **Lecturer:** Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer;  
Technische Universität München
- **Grading:** Based on exam (multiple choice / prose, 60 minutes)
- **Registration at the VHB homepage. Further information:**  
[www.mgt.sg.tum.de/news-single-view/?tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=637&cHash=6ab64409e4f46f09123538970b89e40c](http://www.mgt.sg.tum.de/news-single-view/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=637&cHash=6ab64409e4f46f09123538970b89e40c)



21

## Sponsorship-linked Marketing

### Course Format

- The course includes an online lecture and online exercises
- The lecture includes online material, such as state-of-the-art information, figures, videos, and examples, and can be accessed at your convenience (at any time and at any place) via Moodle
- You will be asked to hand in short exercises (that will be given to you after each online lecture) via email to your online tutor
- After successful completion, you will earn 6 ECTS (equivalent to a workload of 180 hours)
- Register for the course at the VHB ([www.vhb.org](http://www.vhb.org))

22

# Sponsorship-linked Marketing

## Course Outline

1. Introduction and Overview of the Sponsorship-linked Marketing Management Process
2. How Sponsorship-linked Marketing Activities Influence Stakeholders
3. Outcome Measurement and Controlling in Sponsorship-linked Marketing
4. Sponsorship-linked Marketing Implementation



## Veranstaltungen Dienstleistungsmanagement Master BWL und Master Sportökonomie im WS 2014/2015

| Veranstaltung  | BWL Master       | Sport-ökonomie Master |
|--|------------------|-----------------------|
| <b>Seminar: „Preismanagement bei Dienstleistungen“</b><br>S: Maier, Kaiser – läuft bereits   | V 8-3            | B1-7                  |
| <b>Angewandte Marktforschung im Dienstleistungsmanagement</b><br>PS: Popp, Stadtmann, Horbel<br>(über zwei Semester, Beginn WS 2014/15), Teil I  | B 1-1.3/M-2      | D3/E-2                |
| <b>Qualitätsmanagement und Messverfahren</b><br>V: Popp, Di., 12-14 Uhr, H22<br>Ü: Stadtmann, N.N.<br>Gruppe 1: Do. 8-10 Uhr, S 40; Gruppe 2: Do. 18-20 Uhr, S 64<br>Gruppe 3: Fr. 8-10, H 23; Gruppe 4: Fr. 10-12 Uhr, H 23 | V 8-2<br>(DLM B) | B-1-3                 |

Anmeldung bis 10.10.2014 über diesen [Link](#)

Anmeldung in FlexNow bis eine Woche vor Klausur

## Veranstaltungen Dienstleistungsmanagement Master Sportökonomie im WS 2014/2015

Anmeldung mit Hinterlegung eines Pfands in Höhe von 25 € von 06.10.-08.10. , jeweils von 8.00-12.00 Uhr im Konferenzraum des Sportinstituts/Sekretariat des Lehrstuhls

| Veranstaltung  | Sport-<br>ökonomie<br>Master |
|--|------------------------------|
| <b>DLM/SMV: Innovative Approaches to Services Marketing and Management</b><br>V: Gnoth, Blockveranstaltung, 08.-11.12.2014   | A-1-5                        |
| <b>DLM/SMV: Projektmanagement "Alumnivereine"</b><br>V: von Lingen, Blockveranstaltung, 23.-24.10.2014, und 23.01.2015   | A-1-5                        |
| <b>DLM/SMV: Beschwerdemanagement</b><br>V: Lis, Blockveranstaltung, 15.-17.01.2015   | A-1-5                        |
| <b>DLM/SMV: Sportsponsoring</b><br>V: Santomier, Blockveranstaltung, zwischen 17.-21.11.2014   | A-1-5                        |
| <b>DLM/SMV: Beschwerdemanagement</b><br>V: Macht, Blockveranstaltung am 07.11. und 28./29.11.2014  | A-1-5                        |
| <b>DLM/SMV: Marktforschungsorientiertes Benchmarking im Dienstleistungsmanagement</b><br>V: Durchholz, 3./4./5.12.2014 und 10./11./12.12.2014, jeweils 16.00-21.00 Uhr | A-1-5                        |

© 2014 Universität Bayreuth

## Veranstaltungen Innovations- und Dialogmarketing Master BWL/Sportökonomie im WS 2014/2015

Anmeldung in FlexNow bis eine Woche vor Klausur

| Veranstaltung  | BWL<br>Master                       | Sport-<br>ökonomie<br>Master        |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Innovationsmarketing</b><br>V: Di. 08-10 Uhr, S 57 (RW I)<br>Ü: Do., 08-10 Uhr, ab 23.10. (14-tägig), S 57 (RW I)<br><i>Inhalt:</i><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Marktorientierte Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen (Vom Innovationsbedarf über Konzept und Tests bis zur Markteinführung: z.B. SiL, Conjointanalyse, Marktsimulation)</i></li> <li>• <i>Kundenintegration (Open Innovation, Co-Kreation und -Produktion: z.B. Lead User-Ansatz, Quality Function Deployment)</i></li> </ul>  | als V 8-1<br>(DLM A)<br>anrechenbar | als B-1-3<br>(DLM A)<br>anrechenbar |
| <b>Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing</b><br>S: Start am Do., 16.10.14, von 10-12 Uhr, S 66 (RW I)<br><i>Inhalt:</i><br><i>Ausgehend von einer vorgegeben Basisstelle (etwa im Journal of Product Innovation Management, R&amp;D Management, Journal of Retailing and Consumer Services) werden ausgewählte Fragestellungen zur Kundenintegration und -interaktion in Gruppen zu 2-3 Studierenden reflektiert (Seminararbeit, Präsentation), z.B.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Welche Online-Shopper akzeptieren Kaufempfehlungen?</i></li> <li>• <i>Welchen Einfluss haben das Alter und das Geschlecht bei der Bewertung neuer Produkte und Dienstleistungen?</i></li> </ul> | als V 3-3 /<br>V 8-3<br>anrechenbar | als B-1-6 /<br>B-1-7<br>anrechenbar |

© 2014 Universität Bayreuth

## Veranstaltungen Medienmanagement Master BWL und Master Sportökonomie im Wintersemester 2014/2015

Anmeldung im E-Learning der Juniorprofessur für Medienmanagement

| Veranstaltung  | BWL Master | Sportökonomie Master |
|--|------------|----------------------|
| Einführung in das Medienmanagement<br>V/Ü: Kunz & Mütterlein, Di 14-16 Uhr, 1.31 (Prieserstraße 2), und Mi 14-16 Uhr, S 65 (RW I)  | fakultativ | fakultativ           |
| Grundlagen des Medienmanagements<br>S: Kunz & Querengässer, Blockveranstaltung nach bes. Ankündigung   | fakultativ | fakultativ           |
| Marktorientierte Unternehmensführung in der Medienbranche<br>HS: Kunz, Blockveranstaltung nach bes. Ankündigung (läuft bereits)  | Erg.       | Erg.                 |
| Interdisziplinäres Oberseminar und Kolloquium im Medienmanagement (u. a. für Kandidaten von Masterarbeiten)<br>Kunz & Müller, jeweils 10-18 Uhr, IBZ (Gästehaus der UBT)<br>Termine: 03.11. & 26.01. | fakultativ | fakultativ           |

© 2014 Universität Bayreuth

## Veranstaltungen Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen Master BWL im WS 2014/2015

### International Management of Technology and Innovation

V: Di. 14-16 Uhr, S 52 (Start 21.10.), Ü: Do. 12-14 Uhr, S 64 (Start 23.10.)

#### Worum geht es?

- Integration von Technologie und Strategie
- Internationale Innovationssysteme und Standards
- Technologische Wettbewerbsanalyse
- Management von Innovationskooperationen und -netzwerken
- Externe Verwertung von Technologien
- Design Thinking

#### Wie ist die Veranstaltung aufgebaut?

- Vorlesung in englischer Sprache, Gast-Vorlesung Daimler AG
- Interaktive 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: 9.10., 10 Uhr, R 2.101, RW I, Zwischenpräsentation: 28.11., Abschlusspräsentation: 26.01.2015 – Anmeldung noch bis 16.10. 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?

- Business Model Innovation in SMEs
- Value Co-Creation in the Digital Age

#### Wie ist die Veranstaltung anrechenbar?

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

### Turnaround Management – Guest Lecture, Kathryn R. Harrigan, Columbia Business School

12.01.-17.01.2015

Informationen zu Inhalt, Aufbau und Anrechenbarkeit unter [www.itm.uni-bayreuth.de](http://www.itm.uni-bayreuth.de)

© 2014 Universität Bayreuth

## Master... und danach?

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:
    - Als wissenschaftlicher Mitarbeiter
    - Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert
- Seit Wintersemester 2013/14 mit Doktorandenprogramm BWL
- 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)
    - Betreuung von **Seminar- und Abschlussarbeiten**
    - Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
    - Fachberatung für Studierende der Betriebswirtschaftslehre und Sportökonomie
    - Administrative Aufgaben am Lehrstuhl
- Bei ganzer Stelle 5 SWS



© 2014 Universität Bayreuth

## Einstiegsgehalt und Chancengleichheit

Monatliches Einstiegsgehalt TV-L E13 Stufe 1\*:

| Arbeitszeit         | 100%    | 75%     | 50%     |
|---------------------|---------|---------|---------|
| Brutto**            | 3.271€  | 2.453€  | 1.636€  |
| Netto**             | 1.969€  | 1.567€  | 1.140€  |
| Jahres-Brutto** *** | 40.888€ | 30.666€ | 20.444€ |

\* Lohnsteuerklasse I, Krankenversicherung 15,5 %, Kirchensteuer Bayern, keine Kinderfreibeträge

\*\* gerundet

\*\*\* inkl. Jahressonderzahlung

- Die Einstiegsgehälter für Wirtschaftswissenschaftler liegen derzeit bei ca. 41.000€, Frauen verdienen in der Wirtschaft jedoch durchschnittlich 22% weniger als männliche Kollegen (31.980€).
- Das Einstiegsgehalt nach der Promotion beträgt jährlich durchschnittlich 52.500€, promovierte Führungskräfte im Marketing und Vertrieb verdienen ca. 129.000€ und damit 12% mehr als Kollegen mit Diplom- oder Masterabschluss.

Quellen: Öffentlicher Dienst, Gehaltsreporter, DeStatis, Kienbaum

© 2014 Universität Bayreuth

## Zusätzliche Förderung für Doktorandinnen



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
- **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)
- Die Universität Bayreuth setzt sich als **zertifizierte familiengerechte Hochschule** mit Nachdruck für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein

© 2014 Universität Bayreuth

## Bewerbungsvoraussetzungen

- Masterabschluss in Wirtschaftswissenschaften oder angrenzendem Fachgebiet (z.B. Sportökonomie)
  - Nicht nur die Note entscheidet: aber formale Voraussetzung „gut“
  - Spaß am wissenschaftlichen Arbeiten und Forschungsdrang
  - Spaß am Umgang mit Studierenden und dem Halten von Lehrveranstaltungen
- Einen ersten Einblick liefert die Arbeit als wissenschaftliche Hilfskraft und Tutor (bei Ausschreibung bewerben)



© 2014 Universität Bayreuth



## Kontaktmöglichkeiten

- **Lehrstuhl für Marketing** - Prof. Dr. Claas Christian Germelmann  
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Zimmer 1.0 02 163, 95447 Bayreuth  
Telefon +49 (0) 921 – 556131, Fax +49 (0) 921 – 556132  
Internet: [www.marketing.uni-bayreuth.de](http://www.marketing.uni-bayreuth.de), E-Mail: [bwl3@uni-bayreuth.de](mailto:bwl3@uni-bayreuth.de)
- **Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement** - Prof. Dr. Herbert Woratschek  
Universitätsstraße 30, Sportinstitut, Büro 1.09, 95447 Bayreuth  
Telefon +49 (0) 921 – 553497, Fax +49 (0) 921 – 553496  
Internet: [www.dlm.uni-bayreuth.de](http://www.dlm.uni-bayreuth.de), E-Mail: [dlm@uni-bayreuth.de](mailto:dlm@uni-bayreuth.de)
- **Lehrstuhl für Innovations- und Dialogmarketing** - Prof. Dr. Daniel Baier  
Universitätsstr. 30, Gebäude B9, Zi. 20, D-95447 Bayreuth  
E-Mail: [daniel.baier@uni-bayreuth.de](mailto:daniel.baier@uni-bayreuth.de)
- **Juniorprofessur für Medienmanagement, insbesondere Sportmedien** - Prof. Dr. Reinhard Kunz  
Universitätsstraße 30, Gebäude B9, Raum 19/20, 95447 Bayreuth  
Telefon: +49 (0) 921 – 55 -2804 & -2818  
Internet: [www.medienmanagement.uni-bayreuth.de](http://www.medienmanagement.uni-bayreuth.de), E-Mail: [medienmanagement@uni-bayreuth.de](mailto:medienmanagement@uni-bayreuth.de)
- **Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen** - Prof. Dr. Tim Kessler  
Universitätsstr. 30, Geb. B9, R. 14, 95447 Bayreuth  
Telefon: +49 (0) 921 – 55 -2819  
Internet: [www.itm.uni-bayreuth.de](http://www.itm.uni-bayreuth.de), E-Mail: [tim.kessler@uni-bayreuth.de](mailto:tim.kessler@uni-bayreuth.de)
- **Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management** - Prof. Dr. Gilbert Fridgen  
Friedrich-von-Schiller-Str. 2a, Gebäude B, Zimmer B0.02, 95444 Bayreuth  
Telefon: +49 921 55-4711, Fax: +49 921 55-84-4711  
Internet: [www.nim.uni-bayreuth.de](http://www.nim.uni-bayreuth.de), E-Mail: [gilbert.fridgen@uni-bayreuth.de](mailto:gilbert.fridgen@uni-bayreuth.de)
- **Lehrstuhlvertretung Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** - Dr. Bettina Lis  
Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Universitätsstraße 30, 95447 Bayreuth  
E-Mail: [bettina.lis@uni-bayreuth.de](mailto:bettina.lis@uni-bayreuth.de)