

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

**am 15.10.2019 (Wintersemester 2019)  
von 12:15 bis 13:45 Uhr, im Raum H22 (RW II)**

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

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

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl für Marketing & Innovation)

Prof. Dr. Bettina Lis (Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

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

- 1. Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2019/2020
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr.  
Daniel Baier**  
(LS für Marketing & Innovation)



**Prof. Dr. Claas  
Christian Germelmann**  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Prof. Dr.  
Herbert Woratschek**  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



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



**PD Dr.  
Alexandra Rese**  
(LS für Marketing & Innovation)



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



**Carmen Back**  
Sekretariat  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Benedikt Brand**  
Master of Science  
(LS für Marketing & Innovation)



**Markus Buser**  
M.Sc. SpOec  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Larissa Diekmann**  
Master of Science  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Karolina Ewers**  
Master of Science  
(LS für Marketing & Innovation)



**Dr. Julia Fehrer**  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Maximilian Fischer**  
Master of Science  
(LS für Allgemeine  
Betriebswirtschaftslehre)



**Jonas Föhr**  
Master of Science  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Brigitte Goßler**  
Sekretariat  
(LS für Allgemeine  
Betriebswirtschaftslehre)



**Jannike Harnischmacher**  
Bachelor of Science  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Jessica Kiesswetter**  
Sekretariat  
(LS für Marketing & Innovation)



**Cristopher Kopplin**  
Master of Science  
(LS für Marketing & Innovation)



**Franziska Kullak**  
Master of Science  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Theresa Rausch**  
Master of Science  
(LS für Marketing & Innovation)



**Riccardo Reith**  
Master of Science  
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



**Jan Schönberner**  
M.Sc. SpOec  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Regina Schreder**  
Master of Science  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Doris Tavernier**  
Sekretariat  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Andreas Winter**  
Master of Science  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Sandra Ziewiecki**  
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)

# Gastprofessoren im Arbeitsbereich MuSe



**Laurence Ashworth**  
(Queen's School of Business,  
Kingston, Canada)



**Jonathan Baker**  
(University of Auckland,  
New Zealand)



**Dip Biswas**  
(University of South Florida, USA)



**Rod Brodie**  
(University of Auckland,  
New Zealand)



**Geoffrey I. Crouch**  
(La Trobe University, Australia)



**Peter Darke**  
(York University, Canada)



**Don Getz**  
(University of Calgary, Canada)



**Jürgen Gnoth**  
(University of Otago, New Zealand)



**Jean-Luc Hermann**  
(Institut Universitaire de Technologie  
de Metz, France)



**Elina Jaakkola**  
(University of Turku, Finland)



**Mathieu Kacha**  
(Institut Universitaire de Technologie de  
Metz, France)



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



**Dongfeng Liu**  
(Shanghai University of Sport, Shanghai)



**Atsuhiko Nakayama**  
(Tokyo Metropolitan University)



**Fergus Neville**  
(University of St Andrews, UK)



**Norm O'Reilly**  
(Ohio University, USA)



**Risto Rasku**  
(Sport Business School, Finland)



**Dave Ridpath**  
(Ohio University, USA)



**Harold Riemer**  
(University of Regina, Canada)



**J.R. Brent Ritchie**  
(University of Calgary, Calgary)



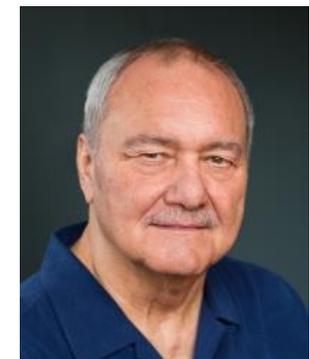
**James Santomier**  
(Sacred Heart University, USA)



**Lorn Sheehan**  
(University of Halifax, Canada)



**Marijke Taks**  
(University of Ottawa, Canada)



**Stephen L. Vargo**  
(University of Hawaii, USA)



**Björn Walliser**

(Université de Lorraine, Nancy, France)



**Hans Westerbeek**

(University Melbourne, Australia)



**Bradley Wilson**

(Universidad de los Andes, Colombia)



**Emilia Smolak Lozano**

(University of Malaga, Spain)



**Geoff Dickson**

(La Trobe University Melbourne,  
Australia)

facebook

E-Mail-Adresse oder Handynummer  Passwort  [Anmelden](#)  
[Passwort vergessen?](#)



**Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth**  
@marketing.und.servic  
es

- Startseite
- Beiträge
- Videos
- Fotos
- Info
- Community
- Veranstaltungen

Seite erstellen



Gefällt mir
Teilen
Nachricht senden

**Beiträge**



**Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth** hat 21 neue Fotos zu dem Album „DWG-Workshop 2019“ hinzugefügt — hier: Uni Bayreuth.  
18 Std. ·

Der DWG-Workshop Sport und Marketingkommunikation 2019 – ein voller Erfolg!  
Vergangene Woche boten acht Referentinnen und Referenten aus den Bereichen #Sportmanagement, Profisport, Wissenschaft und Praxis exklusive Insights in die Welt des #Sports und der #Marketingkommunikation. Die WorkshopteilnehmerInnen konnten sich von internationalen Vorträgen über SailGP, Sportsponsoring oder der Formel E inspirieren lassen. Und nicht zu vergessen Keynote-Speaker

**Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth**  
Hochschule und Universität in Bayreuth

Der Arbeitsbereich MuSe

Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...

[Mehr anzeigen](#)

**Community** [Alle ansehen](#)

# MARKETING UND 2018 SERVICES



Tätigkeitsbericht des Arbeitsbereichs Marketing und Services 2018

Lehrstuhl für Marketing  
& Innovation  
Prof. Dr. Daniel Baier

Lehrstuhl für Marketing  
& Konsumentenverhalten  
Prof. Dr. Claas Christian Gemelmann

Lehrstuhl für Marketing  
& Dienstleistungsmanagement  
Prof. Dr. Herbert Woratschek

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2019/2020
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

# Lehrprogramm Master BWL

## Überblick über die Master-Modulbereiche



Mastermodul (30 LP)	<b>Schriftliche Masterarbeit</b>		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<b>Marketing</b>  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <b>Marketing A: Konsumentenverhalten</b> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <b>Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing</b> </div>	<b>Dienstleistungs- management</b>  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <b>DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing</b> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> <b>DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement</b> </div>	<b>MuSe Ergänzungs- modulbereich</b>  <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px;"> <p>max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• Mehrere B1-6 Forschungsprojekte</li> </ul> <p>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p> </div>
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<div style="text-align: right; font-size: small; color: orange; border: 1px solid orange; padding: 2px; display: inline-block;">Empfehlungen</div> <b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b> 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 <b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b> Marketing Intelligence		

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<b>Marketing</b>  Hauptseminar Marketing & Services  Marketing A: Konsumentenverhalten  Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing	<b>Dienstleistungs- management</b>  Hauptseminar Marketing & Services  DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing  DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	<b>MuSe Ergänzungs- modulbereich</b>  max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• Mehrere B1-6 Forschungsprojekte</li> </ul> * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b> 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 <b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b> Marketing Intelligence		

Empfehlungen

Mastermodul (30 LP)	<b>Schriftliche Masterarbeit</b>													
Modulbereich „große“ Vertiefung (36 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 365 1386 461" style="text-align: center;"> <b>Große Vertiefung Marketing &amp; Services</b> </td> <td data-bbox="1400 365 2013 461" style="text-align: center;"> <b>Ergänzungsmodulbereich Marketing &amp; Services</b> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 465 1386 582" style="text-align: center;"> <b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b> </td> <td data-bbox="1400 465 2013 1079" rowspan="4" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">           max. 24 LP aus z.B.:           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• Mehrere B1-6 Forschungsprojekte</li> </ul>           * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 605 851 762" style="text-align: center;"> <b>Marketing A:</b> Konsumentenverhalten         </td> <td data-bbox="866 605 1386 762" style="text-align: center;"> <b>DLM A:</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> <b>DLM A:</b> Innovationsmarketing         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 781 851 938" style="text-align: center;"> <b>Marketing B:</b> Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> <b>Marketing B:</b> Dialogmarketing         </td> <td data-bbox="866 781 1386 938" style="text-align: center;"> <b>DLM B:</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement         </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 956 1386 1079" style="text-align: center;"> <b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b> (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))         </td> </tr> </table>		<b>Große Vertiefung Marketing &amp; Services</b>		<b>Ergänzungsmodulbereich Marketing &amp; Services</b>	<b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b>		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• Mehrere B1-6 Forschungsprojekte</li> </ul> * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht	<b>Marketing A:</b> Konsumentenverhalten	<b>DLM A:</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> <b>DLM A:</b> Innovationsmarketing	<b>Marketing B:</b> Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> <b>Marketing B:</b> Dialogmarketing	<b>DLM B:</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement	<b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b> (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))	
<b>Große Vertiefung Marketing &amp; Services</b>		<b>Ergänzungsmodulbereich Marketing &amp; Services</b>												
<b>Hauptseminar Marketing &amp; Services</b>		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• Mehrere B1-6 Forschungsprojekte</li> </ul> * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht												
<b>Marketing A:</b> Konsumentenverhalten	<b>DLM A:</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> <b>DLM A:</b> Innovationsmarketing													
<b>Marketing B:</b> Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> <b>Marketing B:</b> Dialogmarketing	<b>DLM B:</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement													
<b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b> (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))														
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 1115 2013 1158" style="text-align: center;"> <b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 1162 2013 1229" style="text-align: center;">           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         </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 1233 2013 1305" style="text-align: center;"> <b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b> Marketing Intelligence         </td> </tr> </table> <div style="text-align: right; margin-top: 5px;">  </div>		<b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b>		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		<b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b> Marketing Intelligence							
<b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b>														
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														
<b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b> Marketing Intelligence														

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2019/2020
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	<b>Schriftliche Masterarbeit</b>	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	<b>Ergänzungsmodulbereich D</b> D-1 / D-3: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement	
Vertiefungs- modul BWL B-1  24 LP + 6 LP	<b>Marketing</b>  <b>Hauptseminar</b> <b>Marketing &amp; Services</b>  <b>Marketing A:</b> Konsumentenverhalten  <b>Marketing B:</b> Corporate Commu- nication, Media and Marketing <u>oder</u> <b>Marketing B:</b> Dialogmarketing	<b>Dienstleistungs- management</b>  <b>DLM A:</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> <b>DLM A:</b> Innovationsmarketing  <b>DLM B:</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement
Eingangs- modulbereich (25 LP)	<b>Eingangsmodulebereich A</b> 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 2019/2020
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

Anmerkung: Die 12 ECTS aus dem ursprünglichen Projektseminar gehen dann in der Masterarbeit auf und müssten neu belegt werden...

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen für:
  - **Marketing & Innovation** (Prof. Dr. Daniel Baier)
  - **Marketing & Konsumentenverhalten** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
  - **Marketing & Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
- 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 Arbeitsbereich „Marketing und Services (MuSe)“: Der **Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management** (Prof. Dr. Gilbert Fridgen), 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 & Konsumentenverhalten, Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement, Lehrstuhl für Marketing & Innovation oder bei einer der Juniorprofessuren zu erbringen (inkl. Masterarbeit).

*Das Zertifikat ist über den Lehrstuhl BWL I von Prof. Schäfer (für BWL) bzw. über den Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement (für Sportökonomie) zu beantragen.*



UNIVERSITÄT  
BAYREUTH

Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ZERTIFIKAT

Marketing und Services (MuSe)  
im

Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Frau Exemplar 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 fußt auf einer wissenschaftlich fundierten und zugleich anwendungsorientierten Ausbildung in marketingorientierter Unternehmensführung. In den interdisziplinären Modulen hat sich Frau Exemplar 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:

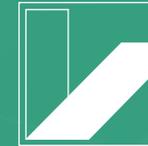
- Wertbasierte Strategieentwicklung und Innovationen
- Konsumentenverhalten und Service-Profit Chain
- Empirische Marketingforschung, insbesondere in den Bereichen Sport, Medien, Handel, Gesundheit und Kultur
- Forschung-Praxis-Transfer im Marketing-, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement

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



UNIVERSITÄT  
BAYREUTH

Prof. Dr. T. Eymann  
Prof. Dr. G. Fridgen  
Prof. Dr. N. Urbach  
Prof. Dr. M. Röglinger

Du möchtest Experte für  
Digitalisierung werden?

Informiere dich über das

**Zertifikat  
Digitale Wirtschaft**

und lasse dir deine Qualifikation  
bescheinigen!

Weitere Informationen unter:  
[www.wi.uni-bayreuth.de](http://www.wi.uni-bayreuth.de)



1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. **Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2019/2020**
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

# Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>Marketing B: Unternehmenskommunikation und Medien im Marketing (Corporate Communication, Media and Marketing)</b> Vorlesung: Germelmann / Übung: Föhr (in Englisch)	V 3-2	B-1-2
<b>Hauptseminar im Marketing (Integrating Media and Advertising — Challenges and Opportunities for Marketers, Media, and Consumers)</b> Germelmann / Herrmann → Teilnahme nicht mehr möglich	V 3-3	B-1-5
<b>Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt (Sportmarketing)</b> Germelmann / Harnischmacher	B 1-6	B 1-6
<b>Ausgewählte Fragen des Marketing: Social Psychological Aspects of Consumption &amp; Health</b> Neville (in Englisch)	V 3-5	D-2 / E-2 nach Absprache
<b>Grundlagen des Medienmanagements</b> Germelmann  → MeKuWi: A-4.2	-	-

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>Co-Creative Colloquium</b> Germelmann / Diekmann	fakultativ	fakultativ
<b>Proseminar: Techniken des wiss. Arbeitens</b> Schreder / Diekmann	fakultativ	fakultativ

## Weiteres, innovatives Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt (Sportmarketing)

- **Zielgruppe:** Engagierte Studierende (M.Sc.)
- **Zeitraum:** In der vorlesungsfreien Zeit 01.03. - 08.03.2020 (weitere Details folgen)
- **Kooperation:** In Zusammenarbeit mit der Kelley School of Business (Indiana University, USA)
- → Bitte Aushänge Herbst/Winter 2019 beachten...

*Exklusive Chance!!*



## Sponsorship-linked Marketing

- What?  
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: Until **31.01.2020**
- Lecturer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer;  
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>



- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zielgruppe: Wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master)
- 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 Campus Online
- Termine (das Proseminar wird **2x pro Semester** angeboten): Blockveranstaltung am **28./29. November** und am **20./21. Februar 2020** (jeweils Vorlesung und Übung). Informationen finden Sie auf der Homepage des Marketing Lehrstuhls (**bitte im Newsletter des Marketing Lehrstuhls eintragen!**).

# Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement

Prof. Dr. Herbert Woratschek

Anmeldung  
in Campus-  
Online bis  
eine Woche  
vor Klausur

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>Qualität im Dienstleistungsmanagement</b> VL: Durchholz, Woratschek, Di 12-14 Uhr, H22 Ü: Buser, Kullak, Schönberner, in 5 Gruppen nach Ankündigung	V-8-2 (DLM B)	B-1-4 / B-4-5 (DLM B)
<b>Hauptseminar: Customer Engagement im Dienstleistungsmanagement</b> HS: Woratschek, von Lingen, Schönberner – <u>läuft bereits</u>	V-8-3	B-1-5
<b>Forschungsseminar für Abschlussarbeiten,</b> Blocktermine nach Ankündigung	X	X
<b>Schlüsselqualifikation Business Etikette für Spökos (2 ECTS)</b> V: Thammer, Blockveranstaltung, 28.10. bis 31.10.2019		D
<b>Schlüsselqualifikation Business Etikette (2 ECTS)</b> V: Thammer, Blockveranstaltung, 13.01. bis 16.01.2020	Ergänz.	D

Anmeldung  
von 14.10.2019 bis  
18.10.2019 über  
CampusOnline.

Anmeldung von 14.10.2019 bis 18.10.2019  
über CampusOnline.

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>DLM/SMV: Social Impact with Business</b> V: Baker, Blockveranstaltung, zwischen 11.11. und 20.11.2019	Ergänz.	A-1-5 / D
<b>DLM/SMV: Sports industry and Marketing in China</b> V: Liu, Blockveranstaltung, von 20.01. bis 23.01.2020	Ergänz.	A-1-5 / D
<b>DLM/SMV: Sportsponsoring</b> V: Santomier, Blockveranstaltung, von 25.11. bis 29.11.2019	Ergänz.	A-1-5 / D
<b>DLM/SMV: Beschwerdemanagement</b> V: Macht, Blockveranstaltung, zwischen 16.10. und 15.11.2019	Ergänz.	A-1-5 / D
<b>DLM/SMV: Risk Management</b> V: Ridpath, Blockveranstaltung, von 07.01. bis 10.01.2020	Ergänz.	A-1-5 / D
<b>DLM/SMV: Leadership and Motivation</b> V: Riemer, Blockveranstaltung, von 29.10. bis 05.11.2019	Ergänz.	A-1-5 / D

# Lehrstuhl für Marketing & Innovation

Prof. Dr. Daniel Baier

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p><b>Innovationsmarketing (Baier, Kopplin)</b>                      VL: 15.10., 22.10., 29.10., 05.11., 12.11., 19.11., 26.11., 03.12., 10.12., 17.12., 07.01., 14.01., 21.01., 28.01., 04.02.                      Ü: 24.10., 07.11., 21.11., 05.12., 19.12., 16.01., 30.01.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Grundlagen: Bedeutung und Risiken von Innovationen, Innovationsarten (Produkt-, Prozess-, Markt-, Technik-, inkrementelle, radikale Innovationen), Phasenmodelle („moderne“ Phasenmodelle, Stage-Gate-Prozess), Erfolgsfaktoren für Produktinnovationen (Erfolgsfaktorenforschung, Prognosemodelle)</i></li> <li>▪ <i>Vom Innovationsbedarf zum Konzept: Ideenfindung (u.a. Brainstorming, SIL, Synektik, Morphologischer Kasten, progressive Abstraktion), Ideenbewertung (u.a. Checklisten, Scoring-Modelle, Risikoanalyse, finanzmathematische Methoden), Konzeptgestaltung (u.a. Fokusgruppen, Conjointanalyse)</i></li> <li>▪ <i>Vom Konzept zur Markteinführung: Testmarktforschung (u.a. monadische und komparative Testmarktsimulation), Preisfindung (Expertengespräche, direkte, indirekte Kundenbefragung, Preisexperimente), Adoption und Diffusion (Rogers, Bass)</i></li> <li>▪ <i>Zur Verbindung von Produkt- und Prozessinnovation: Qualitätsgestaltung (Quality Function Deployment), Target Costing</i></li> <li>▪ <i>Strategische Aspekte: Branchenentwicklungsmodell, Technologie-Portfolios, „Closed“ vs. „Open“ Innovation</i></li> </ul>	als V 8-1b (DLM A) anrechenbar	als B-1-3 (DLM A) anrechenbar

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p><b>Marketing Intelligence (Baier, Kopplin)</b>                      VL: 17.10., 24.10., 31.10., 07.11., 14.11., 21.11., 28.11., 05.12., 12.12., 19.12., 09.01., 16.01., 23.01., 30.01., 06.02.                      Ü: 25.10., 08.11., 22.11., 06.12., 20.12., 17.01., 31.01.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Einführung</i></li> <li>▪ <i>Informationsbedarf und Datenquellen</i></li> <li>▪ <i>Datengewinnung: Reliabilität und Validität von Messungen, Stichprobenplanung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Panelforschung</i></li> <li>▪ <i>Datenauswertung: Regressionsanalyse, Clusteranalyse, Multidimensionale Skalierung, Faktorenanalyse, Conjointanalyse, Diskriminanzanalyse, Kausalanalyse, Data Mining, Web Mining, Text Mining</i></li> </ul>	als B 2-9 anrechenbar	als D-3 anrechenbar

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p><b>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing“ (Baier)</b>  <i>Anmeldung über Campus Online erforderlich (Anmeldung bis zum <b>29.10.2019</b>)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Einführung in R und die R-Schnittstellen zu Python (Tensorflow, Keras)</i></li> <li>▪ <i>Kurze Einführung zur Anwendung ausgewählter multivariater Verfahren und Data-Mining-Verfahren (u.a. Random Forests, Nnet, Deep Learning)</i></li> <li>▪ <i>Eigenständiger Einsatz und Anpassung dieser Verfahren zur Lösung von Data-Mining-Problemen im Marketing und anderen Anwendungsgebieten</i></li> </ul> <p><i>18.10., 25.10., 08.11. Einführende Vorlesung/Rechnerübung, 06.12., 10.01. Zwischenpräsentationen, <b>31.03.2020 Endabgabe</b></i>  <i>Die Termine finden jeweils von 08:15 bis 09:45 Uhr im S58 (RWI) statt.</i>  <i>Eigene Rechner sind mitzubringen, Software ist frei verfügbar.</i></p>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>
<p><b>Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Textilinnovation)“ (Baier)</b>            Kooperation mit der ADIDAS AG            Fragestellungen der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung nachhaltiger, umweltfreundlich hergestellter bzw. recycelbarer Textilien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilnehmer arbeiten in Gruppen von 2 bis 4 Personen</li> <li>▪ Bearbeitung eines von fünf Schwerpunkten: Schlüsselfaktoren der Akzeptanz, Erfolgsfaktoren, Roadmap für nachhaltige Textilinnovation, Zitations- und Patentanalyse, Konsumentenbefragung</li> </ul>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Rese)</b> Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich	als V 3-3/ V 8-3 anrechenbar	als B 1-6/ B 1-7 anrechenbar
<b>Forschungsseminar für Abschlussarbeiten</b> Blocktermine nach Ankündigung	X	X

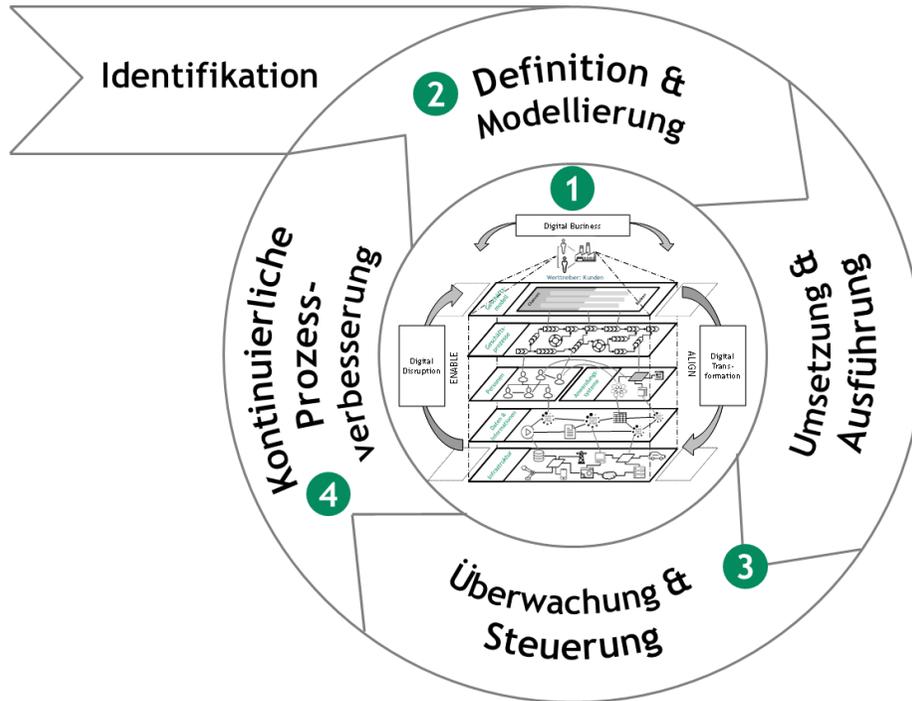
# Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Bettina Lis

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>Corporate Social Responsibility</b> Vorlesung: Lis Geplant ab Sommersemester 2020	Ergänz.	D-3
<b>Hauptseminar Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</b> „Digital Platforms as Disruptive Innovators: Analyse der Geschäftsmodelle und Marketingstrategien anhand von Fallstudien“  Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich  Bitte beachten Sie weitere Bekanntmachungen über die Homepage des Lehrstuhls und den E-Mail Verteiler.	V 3-3	B-1-5

# Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Dr. Maximilian Röglinger



<b>Modus:</b>	Regulär im WiSe
<b>Einbringbarkeit:</b>	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre (kleine Vertiefung WI, große Vertiefung TOP, Ergänzungsmodulbereich); M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen
<b>Leistungspunkte:</b>	6 LP
<b>Prüfungstermin:</b>	tbd
<b>Teilnehmerzahl:</b>	unbegrenzt
<b>Anmeldung:</b>	Campus Online
<b>Kontakt:</b>	<a href="mailto:maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de">maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de</a>
<b>Weitere Infos:</b>	<a href="http://www.wi.uni-bayreuth.de">http://www.wi.uni-bayreuth.de</a>
<b>Starttermin:</b>	Wintersemester 2019/20

- |  |   |
|--|---|
| <b>1</b> Grundlagen des Prozessmanagements       | <b>3</b> Prozessindustrialisierung und -digitalisierung |
| <b>2</b> Prozessmodellierung und -identifikation | <b>4</b> Prozessverbesserung                            |

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2019/2020
6. **Master ... und danach?**
7. Kontaktmöglichkeiten

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:

1. Als wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn
2. Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert

- Die Arbeit als Wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn:

- 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



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 2019/2020
6. Master ... und danach?
7. **Kontaktmöglichkeiten**

Folgen Sie uns auf Facebook!



The image shows a screenshot of the Facebook profile page for 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth'. At the top, there is a blue navigation bar with the Facebook logo on the left and login fields for 'E-Mail-Adresse oder Handynummer' and 'Passwort' on the right, along with an 'Anmelden' button and a link for 'Passwort vergessen?'. The profile picture is a large group photo of the staff in a modern building hallway. Below the photo, a white box with a green border contains the text 'facebook.com/marketing.und.services'. The left sidebar includes the profile picture, name, and handle '@marketing.und.servic es', along with navigation links for 'Startseite', 'Beiträge', 'Videos', 'Fotos', 'Info', 'Community', and 'Veranstaltungen', and a 'Seite erstellen' button. The main content area shows a post from 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' with 21 new photos added to an album titled 'DWG-Workshop 2019'. The post text describes a successful workshop on sport and marketing communication. On the right, there is a 'Nachricht senden' button and a section titled 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' with a description of the department and a 'Mehr anzeigen' link. At the bottom right, there is a 'Community' section with a link to 'Alle ansehen'.

- **Lehrstuhl BWL III: Marketing & Konsumentenverhalten** – 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](http://www.marketing.uni-bayreuth.de), E-Mail: [bwl3@uni-bayreuth.de](mailto:bwl3@uni-bayreuth.de)
- **Lehrstuhl BWL VIII: Marketing & 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](http://www.dlm.uni-bayreuth.de), E-Mail: [dlm@uni-bayreuth.de](mailto: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](http://www.abwl.uni-bayreuth.de), E-Mail: [abwl@uni-bayreuth.de](mailto:abwl@uni-bayreuth.de)
- **Lehrstuhl BWL XIV: Marketing & Innovation** – 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](http://www.innodialog.uni-bayreuth.de), E-Mail: [bwl14@uni-bayreuth.de](mailto:bwl14@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](http://www.wpm.uni-bayreuth.de), E-Mail: [maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de](mailto:maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de)

## Hinweis:

- Bitte informieren Sie sich auch auf der MuSe-Portalseite unter [www.muse.uni-bayreuth.de](http://www.muse.uni-bayreuth.de)
- Jede hier aufgeführte Lehrstuhleinheit bietet zudem einen eigenen Newsletter zu aktuellen Nachrichten – bitte eintragen!

- *Ansprechpartner für die Durchführung der MuSe-Informationsveranstaltung ist Herr Prof. Dr. Daniel Baier (BWL XIV – [bwl14@uni-bayreuth.de](mailto:bwl14@uni-bayreuth.de))*