
Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)

Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester.

- Sommersemester: Januar/Februar (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und April/Mai (zu Beginn der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Oktober/November (zu Beginn der Vorlesungszeit)

Notwendige Bewerbungsunterlagen

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter dem **Betreff „Bewerbung Abschlussarbeit“** per Mail bitte an Mario Kaiser, M.Sc.:

muse@uni-bayreuth.de

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **vier getrennte Dokumente** anhängen):

1. Aktueller **CampusOnline-Notenauszug** (Benennung: Noten_Nachname_Vorname.pdf)
 2. **Lebenslauf** (Benennung: CV_Nachname_Vorname.pdf)
 3. **Motivationsschreiben** für das eine (!) Thema mit Ihrer höchsten Präferenz (Max. 200 Wörter; keine spezielle Formatierung notwendig; Benennung: MS_Nachname_Vorname.pdf)
 4. **Bewerbungsformular**: Finden Sie unter <http://www.muse.uni-bayreuth.de/de/lehre/Abschlussarbeiten/index.html>
- Das ausgefüllte Bewerbungsformular ist wie folgt zu benennen:
Art der Abschlussarbeit (BA; MA; WIWIZ); Nachname; Vorname
Bsp.: **BA_Mustermann_Lisa.pdf**

Bewerbungen, die nicht diesem Format entsprechen, können aufgrund der automatisierten Auswertung leider nicht berücksichtigt werden.

Bewerbungen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie WiWiZ-Abschlussarbeiten werden bis zum **15. Februar 2019 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „vergeben“ gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich.

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen **ca. (!)** zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir im Vorfeld der Themenvergabe **nicht immer zeitnah Auskünfte zu allen Themen geben können**. Alle Themen sind daher so formuliert, dass der Arbeitsauftrag deutlich wird. Sollten Sie dennoch Fragen zu bestimmten Themen haben, werden diese von den jeweiligen Mitarbeitern (siehe Themenübersicht: „Kontaktperson“) ausschließlich im Rahmen ihrer Sprechstunden beantwortet. Bitte wenden Sie sich dafür per Mail mit einer Terminanfrage an den entsprechenden Betreuer. Fragen, die Sie per Mail an den Betreuer richten, werden ausdrücklich nicht beantwortet, da per Mail aus Kapazitätsgründen keine ausführliche Beratung möglich ist.

+++ Bitte beachten: Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten +++

Für alle Studierenden, die in diesem oder kommenden Semester ihre Seminar-, Bachelor-, WiWiZ- oder Masterarbeit am Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten), am Lehrstuhl BWL VIII (Marketing & Dienstleistungsmanagement) oder am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar findet an **folgendem Termin** statt:

Donnerstag, 28. Februar 2019 und Freitag, 01. März 2019.

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte den Aushängen des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten.

https://www.marketing.uni-bayreuth.de/de/news/2019/0204_Proseminar-zum-wissenschaftlichen-Arbeiten-WiSe-2018_19-Februar_Maerz-2019_/index.html

Themenübersicht

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	How to research trust? – Ein methodenzentrierter Forschungsüberblick	BWL III	Föhr	Bis 15. Februar 2019
2	Paradoxe Technologien im Konsumentenverhalten und Marketing – eine Literaturanalyse	BWL III	Föhr	Bis 15. Februar 2019
3	TikTok: Social Media Recruiting - State-of-the-Art	BWL III	Dr. Neder	Bis 15. Februar 2019
4	Generation X, Y und Z - was wissen wir wirklich? Eine Employer Branding Perspektive	BWL III	Dr. Neder	Bis 15. Februar 2019
5	High Potentials: Wer, was und wie sind sie? Eine Employer Branding Perspektive	BWL III	Dr. Neder	Bis 15. Februar 2019
6	Willingness to pay - Möglichkeiten und Grenzen der Messung von Zahlungsbereitschaften im Marketing	BWL III	Diekmann	Bis 15. Februar 2019
7	Cognitive Biases bei Marketingentscheidungen	BWL III	Schreder	Bis 15. Februar 2019
8	Markenführung bei Purposeful Brands – State of the Art	BWL III	Schreder	Bis 15. Februar 2019
9	How to assess a journal's scientific quality? - Ein theoretischer Vergleich von umfrage- und zitationsbasierten Journal Rankings	BWL III	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019

10	Sponsoring im eSport - Gemeinsamkeiten und Unterschiede zum klassischen Sportsponsoring	BWL III	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
11	Eine Typologie von Social Entrepreneurial Business Models - eine literaturgestützte Analyse	BWL III	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
12	Formen von Social Entrepreneurship: ein literaturgestützter Vergleich	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
13	Conversational User Interface – Literaturanalyse aus der Kundenperspektive	BWL XIV	Ewers	Bis 15. Februar 2019
14	Eine Akzeptanzanalyse zum Matchmaking in Coworking Spaces	BWL XIV	Kopplin	Bis 15. Februar 2019
15	Digitalized Workspace – Empirische Untersuchung der Softwareunterstützung in Coworking Spaces	BWL XIV	Kopplin	Bis 15. Februar 2019
16	Innovation from the BOP - a Literatur Study	BWL XIV	Dr. Sänn	Bis 15. Februar 2019
17	Technological Trends in Omni-Channel Retailing – Eine Analyse des State-of-the-Art	BWL XIV	Brand	Bis 15. Februar 2019
18	Vergleich von Crowdsourcing mit dem „Embedded Lead User“-Ansatz zur Produktinnovation - Eine qualitative Untersuchung mit CEP	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
19	Informationssicherheit in klein- und mittelständischen Unternehmen - Bedarfserhebung (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Eimecke	Bis 15. Februar 2019

Themen für **Masterarbeiten**

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)

	Titel	Lehrstuhl	Kontaktperson	Bewerbung möglich
1	Starke Marken im Ehrenamt: Möglichkeiten zur Steigerung des Brand Engagements am Beispiel der DLRG Bayern (Praxiskoooperation)	BWL III	Prof. Dr. Germelmann	Bis 15. Februar 2019
2	Konsumentenskepsis gegenüber smarten Technologien - Eine empirische Analyse am Beispiel von Smart Speakern	BWL III	Föhr	Bis 15. Februar 2019
3	Home, Smart Home! – Warum Konsumenten smarte Häuser bauen.	BWL III	Föhr	Bis 15. Februar 2019
4	Hauptsache Smart!? - Konsumentenwahrnehmung smarterer Technologien an den Beispielen Smartphone und Smart Speaker	BWL III	Föhr	Bis 15. Februar 2019
5	Alles Veggi? - Wirkung von Vegan- und Vegetarisch-Labels auf die Geschmackswahrnehmung und die Evaluation von Lebensmitteln	BWL III	Diekmann	Bis 15. Februar 2019
6	Gelber Sack oder Restmüll? - Wirkung von Recyclinglabels auf das Recyclingverhalten von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 15. Februar 2019
7	Auswirkungen von Customer Engagement durch das Schreiben von Produktreviews auf den Reviewer	BWL III	Schreder	Bis 15. Februar 2019
8	Glaubwürdiges Employer Branding auf Social Network Sites – Taktische Erfolgsfaktoren	BWL III	Schreder	Bis 15. Februar 2019

9	Ranking von internationalen Sport Management Journals - Bestandsaufnahme und praktische Umsetzung	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
10	Merchandising im professionellen Basketball - Erstellung eines Business Plans für ein innovatives Konzept	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
11	Bedeutung des Merchandising im Freizeitsport am Beispiel der Wilden Liga Bayreuth	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
12	Eine kritische Analyse eines entscheidungsorientierten Kennzahlenmodells in der Medizintechnik-Branche	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
13	Strategische Zielgruppen-Affinität im Sportsponsoring - Eine empirische Analyse am Beispiel der "Brand Entry"-Modelle von Audi Deutschland	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
14	Der Jobs to Be Done-Ansatz aus Sicht der Service Dominant Logic	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
15	Erfolgsfaktoren bei Open Innovation - eine Metaanalyse	BWL XIV	Dr. Rese	Bis 15. Februar 2019
16	Entwicklung einer Taxonomie von Apps zur Unterstützung der Teamkommunikation	BWL XIV	Dr. Rese	Bis 15. Februar 2019
17	Entwicklung einer Taxonomie von Apps zum Management von Coworking Spaces	BWL XIV	Dr. Rese	Bis 15. Februar 2019
18	Uses-and-Gratifications und Akzeptanz von digitalen Sprachassistenten: Ein integriertes Modell	BWL XIV	Ewers	Bis 15. Februar 2019

19	Chatbots als Schnittstelle zwischen Konsumenten und Unternehmen	BWL XIV	Ewers	Bis 15. Februar 2019
20	Optimierung der User Experience von Kollaborationssoftware mithilfe der Eye-Tracking-Methode	BWL XIV	Kopplin	Bis 15. Februar 2019
21	Wahrnehmung von Shoppable Content – Eine Eye-Tracking-Untersuchung	BWL XIV	Kopplin	Bis 15. Februar 2019
22	Coping in der Marktforschung - Verhaltensmuster im Umgang mit Ablenkung und Stress bei traditionellen Befragungsmethoden	BWL XIV	Dr. Sänn	Bis 15. Februar 2019
23	„Made in Germany“ – Eine branchenspezifische Untersuchung des Qualitätssiegels im internationalen Kontext	BWL XIV	Brand	Bis 15. Februar 2019
24	Omni-Channel Retailing als Chance für den stationären Handel (?) – Ein deutsch-chinesischer Vergleich	BWL XIV	Brand	Bis 15. Februar 2019
25	Ableitung von Maßnahmen zur Prävention von digital-bedingter Belastung am Arbeitsplatz - Eine qualitative Erhebung mit Fokus auf den Mittelstand (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Becker & Eimecke	Bis 15. Februar 2019
26	Evaluation von Monitoring-Instrumenten zur Erfassung digital-bedingter Belastung - Laborexperiment zum Vergleich verschiedener Instrumente (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Becker & Eimecke	Bis 15. Februar 2019
27	Identifizierung und Erfassung von Personal-kompetenzen im Bereich Informationssicherheit mit Fokus auf den Bedarf von klein- und	BWL XIV	Becker & Eimecke	Bis 15. Februar 2019

	mittelständischen Unternehmen (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)			
--	--	--	--	--

Themen für **WiWiZ-Abschlussarbeiten** (Juristische Hausarbeit)

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die WiWiZ-Abschlussarbeiten nicht empirisch)

	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Die Besonderheiten des Sportsponsorings im eSport	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 15. Februar 2019
2	Rechtliche Bedenken beim eCommerce mit außereuropäischen Dritten.	BWL XIV	Brand	Bis 15. Februar 2019