
Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe) **für das Wintersemester 2016/2017 – Teil 2**

Änderungen der Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Auf vielfachen Wunsch der Studierenden wurden die Zeitpunkte der Themenveröffentlichungen angepasst. Die Themen werden weiterhin zweimal pro Semester veröffentlicht. Und zwar jeweils in der zweiten Woche der Vorlesungszeit (April und Oktober) sowie parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten (Januar und Juni/Juli).

Notwendige Bewerbungsunterlagen

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (4 Dokumente) unter dem **Betreff** „**Bewerbung Abschlussarbeit**“ per Mail bitte an Dipl.-Ges.oec. Michael Stadtelmann:

muse@uni-bayreuth.de

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

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.dlm.uni-bayreuth.de/de/teaching/muse/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 **30. Oktober 2016 (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 Sie, dass wir einmal pro Semester unser Proseminar ("Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens") anbieten. **Die Inhalte dieser Veranstaltung werden sowohl bei der Betreuung als auch bei der Bewertung Ihrer Arbeit zwingend vorausgesetzt.**

Das nächste Proseminar findet am Montag, 07.11.2016 im S 57 statt.

Themenübersicht

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch.)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Hintergründe der Lebensmittelverschwendung im Haushalt: Ursachen und Ansätze	BWL III	Larissa Diekmann	Bis 30.10.
2	Foodsharing, Containern und Bändern – Motive alternativer Konsumformen im Lebensmittelkontext	BWL III	Larissa Diekmann	Bis 30.10.
3	Die Bedeutung der Sharing Economy für den Tourismus	BWL III	Alina Geiger	vergeben
4	State-of-the-Art zum Einfluss von Beeinflussungswissen auf die Wirkung von Produktplatzierungen	BWL III	Alina Geiger	vergeben
5	Das Auto als Extended Self? Eine Betrachtung unter Berücksichtigung der Sharing Economy Entwicklung	BWL III	Alina Geiger	Bis 30.10.
6	Mieten, Kaufen, Teilen: Gemeinsamkeiten und Unterschiede am Beispiel von Carsharing	BWL III	Alina Geiger	Bis 30.10.
7	Food Literacy und alternative Konzepte: Der aktuelle Stand der Marketingforschung	BWL III	Johanna Held	Bis 30.10.
8	Markentouchpointanalyse - State-of-the-Art in Forschung und Praxis	BWL III	Pablo Neder	Bis 30.10.
9	Was ist das Besondere am Sportmarketing? Ein systematischer Vergleich verschiedener definitorischer Ansätze	BWL III	Maximilian Stieler	Bis 30.10.
10	State of the Art zum Konstrukt Teamidentifikation - Einflussfaktoren und Konsequenzen	BWL III	Maximilian Stieler	Bis 30.10.

11	Social Media im Sportsponsoring	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
12	Kennzahlenanalyse im Sportsponsoring	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
13	Ziele im Sponsoring – Ein vergleichender Überblick in Kultur und Sport	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
14	Akquise und Social Media im Dienstleistungsmanagement – Theoretische Ansätze und empirische Befunde	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
15	Theoretische Grundlagen des Sales Management im Dienstleistungsbereich	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
16	Sponsoring Engagement im Sport – Wert Ko-Kreation durch Interaktion zwischen Sponsoringgeber und -nehmer	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
17	Sportsponsoring als Plattform für multilaterale Beziehungen – Eine empirische Analyse verschiedener Stakeholderrollen bei Sportevents	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
18	Motive und Ziele von Sportsponsoring – Eine literaturgestützte Analyse des State-of-the-Art	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
19	Customer Engagement im Sportsponsoring – Eine empirische Analyse am Beispiel der Straubing Tigers	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
20	Motive, Ziele und Erwartungen von Sponsoring Engagements innovativer Sportarten – Eine empirische Analyse des Engagements von Garmin mit "Ötillö"	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben

21	The Internet of Things – Cyber-physical systems as new experience environments (Arbeit ist in englischer Sprache zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
22	Value co-creation and value co-destruction in crowdfunding ecosystems (Arbeit ist in englischer Sprache zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
23	Value co-creation, Interaktion & Recourcenintegration im Dienstleistungsmanagement – eine vergleichende Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
24	Facebook als Kommunikationsinstrument zur Stärkung der Sportvereinsmarke	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
25	Erfolgsfaktoren bei Spin-Offs	BWL XIV	Prof. Dr. D. Baier	vergeben
26	Ermittlung studentischer Präferenzen für Smartphones – Eine empirische Erhebung	BWL XIV	Jörgen Eimecke	Bis 30.10.
27	Quantitative Überprüfung der Wirkung audiovisueller Stimuli in der Präferenzmessung – Eine empirische Erhebung	BWL XIV	Jörgen Eimecke	Bis 30.10.
28	Ökonomische Implikationen durch die Einführung des elektronischen Rezepts im dt. Gesundheitswesen	BWL XIV	Dr. Matthias J. Kaiser	Bis 30.10.
29	„You get what you pay for“: Macht uns das dt. Gesundheitssystem immer kranker?	BWL XIV	Dr. Matthias J. Kaiser	Bis 30.10.
30	Effekte einer Universität als Innovationsplattform und wirtschaftlicher Nutzfaktor für die Region	BWL XIV	Dr. Matthias J. Kaiser	vergeben
31	Diffusion and dissemination of drug innovations in Germany	BWL XIV	Dr. Matthias J. Kaiser	vergeben
32	Living Labs als Innovationsräume für die Regionalentwicklung (empirisch)	BWL XIV	Dr. Alexandra Rese	Bis 30.10.

33	Regionale Förderung von erneuerbaren Energien (<i>empirisch</i>)	BWL XIV	Dr. Alexandra Rese	Bis 30.10.
34	Innovation capability von KMUs (<i>empirisch</i>)	BWL XIV	Dr. Alexandra Rese	Bis 30.10.
35	A multidisciplinary Literature Review on Sport New Media [Ein disziplinenübergreifender Literaturüberblick zu Sport New Media]	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	Bis 30.10.
36	A Systematic Review of Mobile Device Acceptance and Usage Research Studies [Ein systematischer Überblick über Forschungsstudien zur Akzeptanz und Nutzung von mobilen Endgeräten]	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	Bis 30.10.
37	Theoretical Development of Innovative Marketing Strategies on Sports-related Virtual Reality Content [Theoretische Entwicklung innovativer Marketing-Strategien für Sport-bezogene Virtual Reality-Inhalte]	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	vergeben

Themen für **Masterarbeiten**

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

	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Zu verrückt, um Werbung zu sein: Erfolgsfaktoren für die Nutzung von Humor in der Werbung	BWL III	Prof. Dr. C. C. Germelmann	Bis 30.10.
2	Word-of-Mouth: Die Place Brand Bayreuth als narrative Marke (Qualitative Studie)	BWL III	Prof. Dr. C. C. Germelmann	Bis 30.10.
3	Agenda Surfing Kampagnen - eine qualitative Inhaltsanalyse	BWL III	Prof. Dr. C. C. Germelmann	Bis 30.10.
4	Zu gut für die Tonne? – Eine empirische Studie zum Wertverlust von Lebensmitteln durch das Wegwerfen von Lebensmitteln	BWL III	Larissa Diekmann	Bis 30.10.
5	Die Bedeutung des Mindesthaltbarkeitsdatums für die Lebensmittelverschwendung – Eine empirische Studie	BWL III	Larissa Diekmann	Bis 30.10.
6	Markenwirkung kreativer Fanproteste	BWL III	Pablo Neder	Bis 30.10.
7	Place Brands in Nordbayern: Implizite Theorien im Rahmen der Markenkommunikation	BWL III	Pablo Neder	Bis 30.10.
8	Employer Branding: Arbeitgeberbewertungsportale als Marketinginstrument	BWL III	Pablo Neder	Bis 30.10.
9	A meta-analysis of team identification in sports	BWL III	Maximilian Stieler	Bis 30.10.
10	A meta-analysis of sports sponsorship effectiveness	BWL III	Maximilian Stieler	Bis 30.10.
11	Daten und Analysen für ein erfolgreiches Sportsponsoring	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.

12	Erfüllte Anforderungen der Sponsoren im Sport - Empirische Analyse über Anspruch und Wirklichkeit	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
13	Anforderungen an erfolgreiches Sales Management im Dienstleistungsbereich - Eine theoretische und empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
14	Erfolgskontrolle von Social Media Aktivitäten im Dienstleistungsmanagement - Theorie, empirische Befunde und Konzepte	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
15	Konzepte für den „Private Support“ von Profisportlern - Literaturanalyse und Entwicklung einer Konzeption für professionelle Teams im Basketball	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	Bis 30.10.
16	Sponsoringengagements international tätiger Unternehmen – Eine Analyse der Anforderungen an Sponsoringnehmer am Beispiel des deutschen Profifußballs.	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
17	Actor Engagement of Crowdfunding Platforms	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
18	How Smartphone Apps and Location Based Services Can Trigger Consumer Engagement – An Analysis of Smartphone Apps in the Sports Context	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
19	NFL in Deutschland?! – eine Präferenzanalyse deutscher Fans für ein NFL Regular Season Game	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
20	Analyse & Bewertung einer ausgliederungsbedingten IT-Dienstleistung am Beispiel von Siemens Healthcare	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben

21	Untersuchung der Servicequalität bei Dienstleistungsunternehmen - Eine empirische Analyse am Beispiel des Zentrums Aktiver Prävention mithilfe des ISL-Ansatzes	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
22	Markenmanagement im Fußball – Eine empirische Analyse zum Markenaufbau des Halleschen FC	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
23	Beweggründe für das Customer Engagement bei Online-Communities im Healthcare Kontext	BWL VIII	Prof. Dr. H. Woratschek & Mitarbeiter	vergeben
24	Social Media Plattformen mit zeitlich begrenztem Content: Eine sinnvolle Ergänzung der Unternehmenskommunikation?	BWL XIV	Prof. Dr. D. Baier	vergeben
25	Identifizierung latenter Themen in Kundenrezensionen - eine exemplarische Anwendung des Latent Dirichlet Allocation Modells	BWL XIV	Prof. Dr. D. Baier	vergeben
26	Der Jobs-To-Be-Done Ansatz als Methode zur Produktoptimierung: eine empirische Analyse in der Fashionbranche	BWL XIV	Prof. Dr. D. Baier	vergeben
27	Patientenzentrierung: Quo Vadis? Eine conjointanalytische Messung von Patientenpräferenzen	BWL XIV	Dr. Matthias J. Kaiser	vergeben
28	Akzeptanz von selbstfahrenden Fahrzeugen	BWL XIV	Dr. Alexandra Rese	vergeben
29	Innovationsmanagement in der Landwirtschaft – Digitalisierung und traditionelles Verständnis der Wertschöpfung	BWL XIV	Dr. Alexander Sänn	Bis 30.10.

30	The Effect of Content (Quality) on Users' Technology Acceptance of Sport-related Virtual Reality: An empirical Examination [Der Einfluss der Content(-Qualität) auf die Nutzerakzeptanz von Sport-bezogener Virtual Reality Technologie: Eine empirische Überprüfung]	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	Bis 30.10.
31	Branded Sport Entertainment Video Formats: An Empirical Examination of Consumption Influencing Characteristics [Branded-Sport-Entertainment-Bewegtbildformate: Eine empirische Überprüfung konsumrelevanter Eigenschaften]	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	vergeben
32	People don't know what they want until you show it to them: Auswirkungen von Markt- und Technologieorientierung auf Geschäftsmodellinnovation	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	Bis 30.10.
33	Great things in business are never done by one person: Auswirkungen von Unternehmer- und Allianzorientierung auf Geschäftsmodellinnovation	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	Bis 30.10.

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	Foodsharing, Containern und Bändern – Rechtliche Hintergründe alternativer Konsum- formen im Lebensmittelkontext	BWL III	Larissa Diekmann	Bis 30.10.
2	Glaubwürdigkeitssignale von Geschichten – Schema- vs. Attributverarbeitung	BWL III	Pablo Neder	Bis 30.10.
3	Mobile Device Management – Eine Marktbe- trachtung	BWL XIV	Dr. Alexander Sänn	Bis 30.10.
4	Wirtschaftswissenschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen des Content Marketings in Deutschland	JP-MM	Prof. Dr. R. Kunz	vergeben