

---

## 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 **Montag, 13. Mai 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, 23. Mai 2019** und **Freitag, 24. Mai 2019**.

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

## Themenübersicht

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontaktperson</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	How to research consumer trust? - Ein Forschungsüberblick	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2019
2	Paradoxe Technologien im Konsumentenverhalten und Marketing - Eine Literaturanalyse	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2019
3	Fitbit & Co. - Nachhaltige Verhaltensänderung durch persuasive Technologien	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2019
4	Circular Food Economy - Chancen und Herausforderungen einer zyklischen Perspektive im Lebensmittelbereich	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2019
5	Richtiges Erwartungsmanagement: Umgang mit Stereotypen im Employer Branding	BWL III	Schreder	Bis 13. Mai 2019
6	Bedeutung der Authentizität im Employer Branding	BWL III	Schreder	Bis 13. Mai 2019
7	Market Shaping im Sportsponsoring - eine literaturgestützte Analyse des State-of-the-Art.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019
8	Sport Sponsorship as Interorganizational Relationships - eine theoretische und praktische Perspektive.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019
9	Eine Typologie von Social Entrepreneurial Business Models - eine literaturgestützte Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019
10	Formen von Social Entrepreneurship: ein literaturgestützter Vergleich	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019

11	Die Institutionalisierung des Social Entrepreneurships in Deutschland: Eine Analyse anhand des Drei-Säulen-Modells nach W.R. Scott	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
12	How to assess a journal's scientific quality? - Ein theoretischer Vergleich von umfrage- und zitationsbasierten Journal Rankings	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019
13	Welche Nutzer werden in der Zukunft digitale Sprachassistenten nutzen? - Eine Analyse der Adoption und der Diffusion von digitalen Sprachassistenten	BWL XIV	Ewers	Bis 13. Mai 2019
14	Optimierung der User Experience mit Hilfe der Eyetracking-Methode am Beispiel von Kollaborationsplattformen	BWL XIV	Kopplin	Bis 13. Mai 2019
15	Wissen als Währung: Eine Untersuchung des Seats2Meet-Kollaborationsmodells mit Hilfe der Grounded Theory	BWL XIV	Kopplin	Bis 13. Mai 2019
16	Analyse und Bewertung relevanter Faktoren bei Online Reviews – eine empirische Untersuchung zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit	BWL XIV	Brand	Bis 13. Mai 2019
17	“How much should it cost?” - Preisbereitschaft bei innovativen Produkten im methodischen Vergleich	BWL XIV	Brand	Bis 13. Mai 2019
18	„Country of Origin“-Effekte im Onlineshopping – Grundlagen und Anwendungsbeispiel	BWL XIV	Brand	Bis 13. Mai 2019
19	Information Security für den oberfränkischen Mittelstand (in Kooperation mit BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Eimecke	Bis 13. Mai 2019

## Themen für **Masterarbeiten**

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

	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Home, Smart Home! - Warum Konsumenten smarte Häuser bauen.	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2019
2	Konsumentenskepsis gegenüber smarten Technologien - Eine empirische Analyse am Beispiel von Smart Speakern	BWL III	Föhr	Bereits vergeben
3	Persuasive Technologien im Sport - Eine empirische Analyse am Beispiel von Zwift	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2019
4	Hauptsache Smart!? - Konsumentenwahrnehmung smarterer Technologien an den Beispielen Smartphone und Smart Speaker	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2019
5	Einen Coffee-to-go bitte! - Eine empirische Analyse zum Nutzungsverhalten von Einwegbechern	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2019
6	Gelber Sack oder Restmüll? - Eine empirische Analyse zur Wirkung von Recyclinglabels auf das Recyclingverhalten von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2019
7	Gelber Sack, Blaue Tonne, Wertstoffhof - Eine empirische Analyse zur Bedeutung von Recycling aus Konsumentensicht	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2019
8	„Get up your ass, you wonderful future manager!“. Social Identity Nudges im Gesundheitsmarketing	BWL III	Prof. Dr. Germelmann	Bis 13. Mai 2019
9	Nudges in der internen Markenführung	BWL III	Prof. Dr. Germelmann	Bis 13. Mai 2019

10	Überzeugen durch Anstoßen? Langfristige Wirkungen von Nudges im Marketing	BWL III	Prof. Dr. Germelmann	Bis 13. Mai 2019
11	Auswirkungen von Customer Engagement durch das Schreiben von Produktreviews auf den Reviewer	BWL III	Schreder	Bis 13. Mai 2019
12	Purposeful Employer Brands: Arbeiten mit Sinn?	BWL III	Schreder	Bis 13. Mai 2019
13	Wert-Kreationsprozesse in online und offline basierten Plattformgeschäftsmo- dellen - eine empirische Analyse im Social Entrepreneurship	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019
14	"Jobs To Be Done" für das umfassende Einkaufserlebnis im Kleiderhandel: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019
15	Shaping the Sponsorship Market through E-sports - an Empirical Analysis of Sponsors' Market Shaping Behaviour.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2019
16	Nutzerakzeptanz von digitalen Sprachassistenten in Fahrzeugen	BWL XIV	Ewers	Bis 13. Mai 2019
17	Akzeptanz von digitalen Sprachassistenten am Arbeitsplatz am Beispiel von Siri	BWL XIV	Ewers	Bis 13. Mai 2019
18	Hey, Google! - Conversational User Interface am Arbeitsplatz	BWL XIV	Ewers	Bis 13. Mai 2019
19	Tradition trifft Innovation: Treiber von Innovationen bei Familienunternehmen und deren Auswirkungen auf den Geschäftserfolg	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	Bis 13. Mai 2019

20	Kundenbindung im Online-Textilhandel: Cross-Channel-Management in der Zielgruppe der Best Ager	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	Bis 13. Mai 2019
21	Clubmitgliedschaften im Handel: Eine Kosten-Nutzen Analyse	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	Bis 13. Mai 2019
22	Conversational Interfaces im Coworking Space - Eine Akzeptanzuntersuchung am Beispiel des Slackbot	BWL XIV	Kopplin	Bis 13. Mai 2019
23	Innovationsprozesse in Coworking Spaces - Eine Grounded-Theory-Untersuchung	BWL XIV	Kopplin	Bis 13. Mai 2019
24	User-Experience im Onlineshopping – Ein deutsch-chinesischer Vergleich mittels Eye-Tracking Untersuchung	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
25	Coping in der Marktforschung - Verhaltensmuster im Umgang mit Ablenkung und Stress bei traditionellen Befragungsmethoden	BWL XIV	Sänn	Bis 13. Mai 2019
26	Maßnahmen zur Prävention von digitalem Stress am Arbeitsplatz - Eine qualitative Erhebung mit Fokus auf den Mittelstand (in Kooperation mit BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Eimecke und Becker	Bis 13. Mai 2019
27	Erfassung von digitalem Stress - Laborexperimente zur Validierung und Validierung verschiedener Monitoring Instrumente (in Kooperation mit BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Eimecke und Becker	Bis 13. Mai 2019
28	Information Security im Mittelstand in Deutschland und Europa (in Kooperation mit BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Eimecke und Becker	Bis 13. Mai 2019