

Informationsveranstaltung des Arbeitsbereichs  
*Marketing und Services (MuSe)*  
für Interessent:innen der Master-Studiengänge  
BWL, Sportökonomie, Wirtschaftsingenieurwesen,  
Gesundheitsökonomie & Medienkultur und Medienwirtschaft

**am 26.04.2022 (Sommersemester 2022)**  
**von 12:00 bis 13:30 Uhr, S61 (RW II)**

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

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

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

Prof. Dr. Tim Ströbel (Professur für Marketing & Sportmanagement)

Prof. Dr. Nicola Bilstein (Professorin für Marketing & Dienstleistungsmanagement)

1. **Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2022
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr. Claas  
Christian Germelmann**

(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Prof. Dr.  
Herbert Woratschek**

(Professor für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Prof. Dr.  
Daniel Baier**

(LS für Marketing & Innovation)



**Prof. Dr.  
Tim Ströbel**

(Professur für Marketing &  
Sportmanagement)



**Prof. Dr.  
Nicola Bilstein**

(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement ab 01.09.2022)



**PD Dr.  
Alexandra Rese**

(LS für Marketing & Innovation)



**Dr. Julia Fehrer**

(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement &  
The University of Auckland, Neuseeland)



**Matthias Anderski**  
Master of Science  
(Professur für Marketing &  
Sportmanagement)



**Carmen Back**  
Sekretariat  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement und Professur  
für Marketing & Sportmanagement)



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



**Lars Griebel**  
Master of Science  
(Professur für Marketing &  
Sportmanagement)



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



**Andreas Karasenko**  
Master of Science  
(LS für Marketing & Innovation)



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



**Timo Koch**  
Bachelor of Science  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Dr. Christopher Kopplin**  
(LS für Marketing & Innovation)



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



**Lisa-Marie Merkl**  
Master of Science  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Anja Petersen**  
Sekretariat  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



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



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



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

# Gastprofessor:innen im Arbeitsbereich MuSe 2022



**Dip Biswas**

(University of South Florida, USA)



**Bettina Cornwell**

(Lundquist College of Business,  
University of Oregon, USA)



**Andrea Geurin**

(Loughborough University London, UK)



**Jean-Luc Hermann**

(Institut Universitaire de Technologie  
de Metz, France)



**Mathieu Kacha**

(Institut Universitaire de Technologie de  
Metz, France)



**James Santomier**

(Sacred Heart University, USA)



**Udo Wagner**

(Universität Wien, Austria)



**Björn Walliser**

(Université de Lorraine, Nancy, France)

facebook

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



**Marketing und Services - MuSe**  
Uni Bayreuth  
[@marketing.und.services](#)

**Startseite**  
 Beiträge  
 Videos  
 Fotos  
 Info  
 Community  
 Veranstaltungen  
Seite erstellen



👍 Gefällt mir
🔗 Teilen
⋮

Nachricht senden

**Beiträge**



Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth

2. September · 🌐

Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an [tanja.heinlein@uni-bayreuth.de](mailto:tanja.heinlein@uni-bayreuth.de).  
 #MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing

**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

👍 533 Personen gefällt das



**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 Sommersemester 2022
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. 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>  <b>V 3-3 Hauptseminar in Marketing</b>  <b>V 3-1 Marketing:</b> <b>V 3-1a</b> Konsumentenverhalten <u>oder</u> <b>V 3-1b</b> Corporate Communication, Media and Marketing  <b>V 3-2 Marketing:</b> <b>V 3-2a</b> Innovationsmarketing <u>oder</u> <b>V 3-2b</b> Dialogmarketing	<b>Dienstleistungs- management</b>  <b>V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement</b>  <b>V 8-1 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-1a</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> <b>V 8-1b</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement  <b>V 8-2 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-2a</b> Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> <b>V 8-2b</b> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	<b>MuSe Ergänzungs- modulbereich</b>  <b>max. 24 LP aus z.B.:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b*</li> <li>•Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b*</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> <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small>
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 „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<b>Marketing</b>  <b>V 3-3 Hauptseminar in Marketing</b>  <b>V 3-1 Marketing:</b> <b>V 3-1a</b> Konsumentenverhalten <u>oder</u> <b>V 3-1b</b> Corporate Communication, Media and Marketing  <b>V 3-2 Marketing:</b> <b>V 3-2a</b> Innovationsmarketing <u>oder</u> <b>V 3-2b</b> Dialogmarketing	<b>Dienstleistungsmanagement</b>  <b>V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement</b>  <b>V 8-1 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-1a</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> <b>V 8-1b</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement  <b>V 8-2 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-2a</b> Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> <b>V 8-2b</b> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	<b>MuSe Ergänzungsmodulbereich</b>  <b>max. 24 LP aus z.B.:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b*</li> <li>•Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b*</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> <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small>
Basismodulbereich (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 „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="323 287 1317 379" style="text-align: center;"> <b>Große Vertiefung Marketing &amp; Services</b> </td> <td data-bbox="1328 287 2026 379" style="text-align: center;"> <b>MuSe Ergänzungs- modulbereich</b> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="323 386 1317 479" style="text-align: center;"> <b>V 3-3 <u>oder</u> V 8-3</b> Hauptseminar Marketing &amp; Services         </td> <td data-bbox="1328 386 2026 1096" rowspan="5" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <b>max. 24 LP aus z.B.:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b*</li> <li>•Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b*</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> <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="323 486 783 736"> <b>V 3-1 Marketing:</b>  <b>V 3-1a</b> Konsumentenverhalten  <u>oder</u>  <b>V 3-1b</b> Corporate Communication, Media and Marketing         </td> <td data-bbox="793 486 1317 736"> <b>V 8-1 Dienstleistungsmanagement:</b>  <b>V 8-1a</b> Wert im Dienstleistungsmanagement  <u>oder</u>  <b>V 8-1b</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="323 743 783 961"> <b>V 3-2 Marketing:</b>  <b>V 3-2a</b> Innovationsmarketing  <u>oder</u>  <b>V 3-2b</b> Dialogmarketing         </td> <td data-bbox="793 743 1317 961"> <b>V 8-2 Dienstleistungsmanagement:</b>  <b>V 8-2a</b> Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement  <u>oder</u>  <b>V 8-2b</b> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation         </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="323 968 1317 1096" style="text-align: center;"> <b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b>          (Auswahl einer der nicht gewählten obigen  <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u>)       </td> </tr> </table>		<b>Große Vertiefung Marketing &amp; Services</b>		<b>MuSe Ergänzungs- modulbereich</b>	<b>V 3-3 <u>oder</u> V 8-3</b> Hauptseminar Marketing & Services		<b>max. 24 LP aus z.B.:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b*</li> <li>•Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b*</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> <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small>	<b>V 3-1 Marketing:</b> <b>V 3-1a</b> Konsumentenverhalten <u>oder</u> <b>V 3-1b</b> Corporate Communication, Media and Marketing	<b>V 8-1 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-1a</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> <b>V 8-1b</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement	<b>V 3-2 Marketing:</b> <b>V 3-2a</b> Innovationsmarketing <u>oder</u> <b>V 3-2b</b> Dialogmarketing	<b>V 8-2 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-2a</b> Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> <b>V 8-2b</b> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	<b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b> (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> )	
<b>Große Vertiefung Marketing &amp; Services</b>		<b>MuSe Ergänzungs- modulbereich</b>												
<b>V 3-3 <u>oder</u> V 8-3</b> Hauptseminar Marketing & Services		<b>max. 24 LP aus z.B.:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b*</li> <li>•Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b*</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> <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small>												
<b>V 3-1 Marketing:</b> <b>V 3-1a</b> Konsumentenverhalten <u>oder</u> <b>V 3-1b</b> Corporate Communication, Media and Marketing	<b>V 8-1 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-1a</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> <b>V 8-1b</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement													
<b>V 3-2 Marketing:</b> <b>V 3-2a</b> Innovationsmarketing <u>oder</u> <b>V 3-2b</b> Dialogmarketing	<b>V 8-2 Dienstleistungsmanagement:</b> <b>V 8-2a</b> Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> <b>V 8-2b</b> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation													
<b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b> (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> )														
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<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													

Empfehlungen

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2022
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	<b>Schriftliche Masterarbeit</b>	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	<b>Ergänzungsmodulbereich D</b> D-1 / D-2: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement	
Vertiefungs- modul BWL B-1  24 LP + 6 LP	<b>Marketing</b> <span style="float: right;"><b>Dienstleistungsmanagement</b></span>	
	<b>B 1-5</b> Hauptseminar Marketing & Services	
	<b>B 1-1a</b> Konsumentenverhalten <i>oder</i> <b>B 1-1b</b> Corporate Communication, Media and Marketing	<b>B 1-2a</b> Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> <b>B 1-2b</b> Qualität im Dienstleistungsmanagement
	<b>B 1-3a</b> Innovationsmarketing <i>oder</i> <b>B 1-3b</b> Dialogmarketing	<b>B 1-4a</b> Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <i>oder</i> <b>B 1-4b</b> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation
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 Sommersemester 2022
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

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 Mittelpunk, 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

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
- 5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2022**
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

# Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Veranstaltungen im Forschungsfreisemester	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>Marketing A: Konsumentenverhalten (hybride Veranstaltung)</b> Vorlesung: Germelmann (digital, ausgewählte Termine live vor Ort) Übung: Harnischmacher (digital)	V 3-1	B 1-1
<b>Hauptseminar im Marketing (Guiding Behavior Through Digital Technologies - Herausforderungen und Möglichkeiten für Marketing &amp; Konsumenten)</b> Föhr / Merkl – läuft bereits	V 3-3	B 1-5
<b>Co-Creative Colloquium</b> Germelmann / Merkl (hauptsächlich online geplant)	fakultativ	fakultativ
<b>Proseminar: Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens</b> Team (hybrid)	fakultativ	fakultativ

- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zur Vorbereitung auf wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master, WiwiZ)
  
- Themen:
  1. Bewertungskriterien
  2. Forschungsfrage
  3. Gliederung
  4. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
  5. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
  6. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
  7. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann
  
- **Anmeldung:** Nicht notwendig
- Die Veranstaltung soll weiterhin **digital** stattfinden
- Es sind Q&A-Sessions in Präsenz geplant
- Informationen, insbesondere zu den Terminen der Q&A Sessions, finden Sie zu gegebener Zeit auf den Homepages der MuSe-Lehrstühle (**bitte für den MuSe-Newsletter oder die Newsletter der einzelnen MuSe-Lehrstühle anmelden!**).

# Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement

ab 01.09.2022 Prof. Dr. Nicola Bilstein

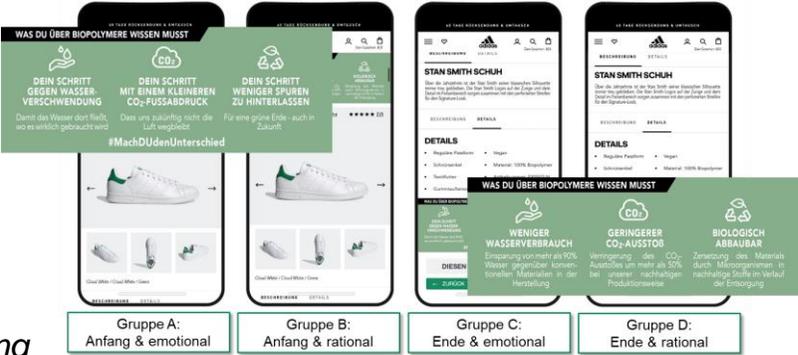
	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Siehe gesonderte Aushänge mit zusätzlichen Informationen.	<b>Value Creation and Customer Experience in Service Management (EN)</b> V: Bilstein, Präsenz-Blockveranstaltung, 30.06.-05.07.2022	V 8-1a	B 1-2a
	<b>Service Management in the Digital Age (EN)</b> S: Fehrer, Präsenz-Blockveranstaltung, Mai 2022	Ergänz.	Ergänz.
	<b>Hauptseminar im DLM: „Trinkwasser und Hochwasserschutz für alle: Nachhaltige Kommunikation zur Bewältigung des Stadt-Land-Konfliktes“</b> S: von Lingen, Woratschek, Kullak <u>Läuft bereits</u>	V 8-3	B 1-5
	<b>Forschungsseminar für Abschlussarbeiten</b> Blocktermine nach Ankündigung	X	X

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung vom 25. bis 26.04.2022 über cmlife.	<b>Schlüsselqualifikation Business Etikette</b> (2 ECTS) S: Thammer, Präsenz-Blockveranstaltung, 23., 24. & 25.05.2022, 9-17 Uhr	Ergänz.	D
	<b>DLM/SMV: Sponsorship-Linked Marketing (EN)</b> S: Cornwell, Präsenz-Blockveranstaltung, vsl. Mitte Juni 2022	Ergänz.	A 1-5 / D
	<b>DLM/SMV: Value Co-Creation in Sport Management – A new Logic in a Changing Society</b> (“MOOC”), ausgeweitete Anmeldung bis 22.05.2022 S: Woratschek, Kullak	Ergänz.	A 1-5 / D

Für die exakten Termine der Spezialisierungsveranstaltungen konsultieren Sie bitte die Semesterinfo unter <https://www.dlm.uni-bayreuth.de/de/lehre/index.html> und/oder cmlife.

# Lehrstuhl für Marketing & Innovation

Prof. Dr. Daniel Baier

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p><b>Dialogmarketing (VL: Baier ab 26.04. jeden Di 08:15-09:45 Uhr, Ü: Kopplin jeden zweiten Do 10:15-11:45 Uhr, siehe eLearning)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen, Konzepte, Instrumente und Prozesse „aller marktbezogenen Aktivitäten, die helfen, eine direkte und individualisierte Interaktion mit Zielpersonen aufzubauen und eine messbare Reaktion auszulösen“</li> <li>▪ Am Beispiel der <b>Tech-Konzerne</b> (z.B. Amazon, Apple, eBay, Facebook, Google), <b>Online-Händler</b> (z.B. Baur, Otto, Zalando) und <b>Hersteller</b> (z.B. Adidas) wird gezeigt, wie Kundendaten genutzt werden können, um digital erfolgreich zu sein</li> <li>▪ Methodische Schwerpunkte: Präferenz-, Discrete Choice- &amp; Akzeptanzanalyse, Customer Analytics, Online-Experimente, A-/B-Tests, JTBD, Mouse und Eye Tracking</li> </ul>  <p>The image shows four mobile app screens for Adidas. The top screen is a product page for 'Stan Smith' shoes with a green overlay titled 'WAS DU ÜBER BIOPOLYMERE WISSEN MUSST'. Below it are four smaller screens labeled 'Gruppe A: Anfang &amp; emotional', 'Gruppe B: Anfang &amp; rational', 'Gruppe C: Ende &amp; emotional', and 'Gruppe D: Ende &amp; rational'. Each screen displays different aspects of the shoe's sustainability features, such as water consumption, CO2 emissions, and biodegradability.</p>	<p>V 3-2</p>	<p>B 1-2</p>
<p><b>Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Rese)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Künstliche Intelligenz im Marketing: Sprachassistenten, Roboter, Chatbots</li> </ul> <p>Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich</p>	<p>V 3-3</p>	<p>B 1-5</p>
<p><b>Forschungsseminar für Abschlussarbeiten</b></p> <p>Blocktermine nach Ankündigung</p>	<p>X</p>	<p>X</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p><b>Forschungsprojekt „Online-Distanzhandel“ (Baier, Wagner)</b>  <i>Gruppen zu 3-4 Studierenden bearbeiten eigenständig – unter Mithilfe der Betreuer – ein zentrales Problem im Online-Distanzhandel: Wie kann man das Markenbild eines Distanzhändlers im Kopf der Kundinnen und Kunden positiv beeinflussen? Partner ist wieder der <b>BAUR Versand Burgkunstadt</b>.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Kick-Off, Themenvorstellung, Erläuterungen am 28.04., 10:15 Uhr im H 13</i></li> <li>▪ <i>Zwischenpräsentation: Sekundäranalyse, Fragebogen am 19.05. im H 13</i></li> <li>▪ <i>Zwischenpräsentation: Feinabstimmung am 09.06. im H 13</i></li> <li>▪ <i>Abschlusspräsentation am 14.07. bei BAUR in Burgkunstadt</i></li> </ul>	B 1-6	D-3
<p><b>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“ (Baier, Karasenko)</b>  <i>Gruppen zu 2-4 Studierenden bearbeiten über das Semester hinweg eigenständig mit <b>R</b> oder <b>Python</b> – unter Mithilfe der Betreuer – ein Customer Analytics Problem auf Basis vorgegebener oder gewählter Daten (Kaggle, Industrie)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Einführende Vorlesung/Rechnerübung am 29.04., 06.05., 13.05.2022</i></li> <li>▪ <i>Zwischenpräsentationen am 20.05.2022 und am 24.06.2022</i></li> <li>▪ <i>Digitale Endabgabe am 31.08.2022 (alles jeweils 8:15-9:45 im S 58)</i></li> </ul>	B 1-6	D-3
<p><b>Forschungsprojekt „Neue Geschäftsmodelle in der digitalen Welt“ (Rese)</b>  <i>Gruppen zu 2-3 Studierenden kreieren und entwickeln <b>eine digitale Gründungsidee</b> mittels standardisiertem Vorgehen (Businessplan, Canvas)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Kick-Off, Themenvorstellung, Erläuterungen am 28.04. 8:15-9:45 im S 68</i></li> <li>▪ <i>Zwischenpräsentation: Idee, Team &amp; Partner am 19.05.</i></li> <li>▪ <i>Zwischenpräsentation: Marktanalyse &amp; Marketing am 23.06.</i></li> <li>▪ <i>Zwischenpräsentation: Organisation &amp; Finanzierung am 21.07.</i></li> </ul>	B 1-6	D-3

# Professur für Marketing & Sportmanagement

Prof. Dr. Tim Ströbel

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<b>Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement</b> VL: Ströbel	V 8-2a	B 1-4a
<b>Forschungsseminar für Abschlussarbeiten</b> Blocktermine nach Ankündigung	X	X

Anmeldung vom 25.04. bis 26.04. über cmlife	<b>Digital Transformation in Sport Business</b> S: Santomier, Blockveranstaltung im Zeitraum 30.05.-03.06., Details werden gesondert bekannt gegeben	Ergänz.	A 1-5/ D-1
	<b>Strategic Social Media Marketing in the Sport Industry</b> S: Geurin, Blockveranstaltung im Zeitraum 11.07.-15.07., Details werden gesondert bekannt gegeben	Ergänz.	A 1-5/ D-1
	<b>Global Sports Business Consulting Project with adidas</b> S: Ridpath, Valeant, Griebel, Blockveranstaltung im Zeitraum 15.05.-27.05. Läuft bereits, Anmeldung nicht mehr möglich	X	A 1-5/ D-1
	<b>EASM Summer School in Madrid</b> S: Anderski, Blockveranstaltung im Zeitraum 11.05.-15.05. Läuft bereits, Anmeldung nicht mehr möglich	X	A 1-5/ D-1

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2022
6. **Abschlussarbeiten**
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen bzw. Professuren für:
  - **Marketing & Innovation** (Prof. Dr. Daniel Baier)
  - **Marketing & Konsumentenverhalten** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
  - **Marketing & Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek & Prof. Dr. Nicola Bilstein, ab WS 2022/23)
  - **Marketing & Sportmanagement** (Prof. Dr. Tim Ströbel)
- 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)“: Des **Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** (Prof. Dr. Bettina Lis) und des **Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** (Prof. Dr. Maximilian Röglinger)
- Für Informationen bzgl. der Themen und Bewerbung, bitte Aushänge der Lehrstühle beachten!

## Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Konsumentenverhalten):

- Alexa du Depp! Service Failures bei digitalen Sprachassistenten – eine empirische Analyse
- Manchmal muss es eben Siri sein – Smarte Technologien als Kundeninterface (Ein State-of-the-Art)
- „Bewegungsring geschlossen! - und jetzt? " – eine experimentelle Studie zum Auftreten adverser Effekte bei der Nutzung von Smartwatches
- Die Bedeutung von Mission, Vision und Purpose im strategischen Management - eine empirische Analyse

## Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Dienstleistungsmanagement):

- Digitale Transformation im Sportsponsoring – Eine analytische Betrachtung von digitalen „Engagement-Plattformen“ im professionellen Sport
- Social customer journey: Eine empirische Analyse im Bekleidungshandel
- Soziale Interaktionen und Authentizität in Green Marketing: Eine netnographische Analyse in der Automobilindustrie
- (Ökologische) Anfälligkeit interorganisationale Netzwerke - Die kritische Rolle der natürlichen Umwelt in der Sportindustrie

## Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Innovation):

- Chancen und Risiken nachhaltiger Innovationen in der Sportbekleidungsindustrie
- Augmented Reality Apps: Eine Nutzenbeitragsermittlung relevanter Eigenschaften mittels Adaptive Choice-Based Conjointanalyse
- Optimierung des Targetings im Online Advertisement: Programmatic Advertising und der Mehrwert einer Data-Management-Plattform am Beispiel der Daimler AG
- Welche Touchpoints sind für Kunden beim Onlineshopping am wichtigsten?



DAIMLER

SIEMENS



## Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Sportmanagement):

- Athlete Brand Identification anhand Merchandisingumsätzen in der Fußball Bundesliga - Ein Überblick zum Stand der Forschung
- Entwicklung eines Brand-Dashboards für Sportmarken
- City Branding durch Sportevents - eine Analyse des FIS Skilanglauf Weltcups in Dresden
- Wie mega ist das Metaverse? Chancen für Sportorganisationen
- Place Branding durch Sport - State of the Art und Konzeptualisierung einer Multi Actor Perspective

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2022
6. Abschlussarbeiten
7. **Master ... und danach?**
8. Kontaktmöglichkeiten

## ▪ Promotion im MuSe-Arbeitsbereich: Möglichkeiten

### 1. Intern als Wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn

- auf einer Haushaltsstelle (5 SWS Lehrverpflichtung) oder
- drittmittelfinanziert (in speziellen Projekten)

### 2. Intern als Stipendiat einer der 13 Begabtenförderungswerke (u.a. Studienstiftung des dt. Volkes, Hanns Seidel Stiftung, Cusanuswerk, Friedrich Ebert Stiftung, Konrad Adenauer Stiftung, Friedrich Naumann Stiftung)

### 3. Extern: Parallel zu einer beruflichen Tätigkeit, oft mit engem Bezug zum Promotionsthema



## ▪ Vorteile einer internen Promotion am Arbeitsbereich

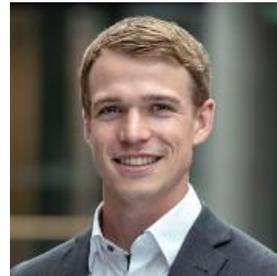
- Enge Einbindung in und daher leichter Zugang zur Forschung und Lehre eines Lehrstuhls
  - Vorbereiten und Halten von **Lehrveranstaltungen** (z.B. Übungen, Seminare, Fallstudien, Planspiele, Projektseminar)
  - Betreuung von Abschlussarbeiten; Beteiligung an Forschungsprojekten des Lehrstuhls
  - Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
- **Idealer Einstieg: Studentische Hilfskraft**

## ▪ Vorteile einer externen Promotion am Arbeitsbereich

- Promotion erfolgt in Abstimmung mit dem Lehrstuhl vor Ort im Unternehmen, nebenbei zu einer regulären beruflichen Tätigkeit, daher oft leichter Zugang
  - zu praxisrelevanten, gleichzeitig aber auch anspruchsvollen Fragestellungen sowie
  - zu Daten, Informationen sowie Mitarbeitern und Kunden
- Ausgewählte erfolgreiche MuSe-Beispiele der letzten 2 Jahre
  - Dr. Felix Homfeldt (bei Audi), Dr. Björn Stöcker (bei BAUR), Dr. Daniel Friedrich (bei der DHBW), Dr. Julia Becker (beim BF/M), Dr. Nicholas Derra (beim BF/M)

## ▪ Kern einer heutigen internen wie externen „kumulativen“ Promotion

- **Dauer:** knapp 3 Jahre (Mittelwert bei den 13 in 2021 abgeschlossenen MuSe-Promotionen)
- **Inhalt:** zu einem spannenden Schwerpunkt entstehen in dieser Zeit i.d.R. 4-5 Zeitschriften-/Konferenzbeiträge, ein erster bereits auf Basis der Masterarbeit, gerne in Koautorenschaft
- **Idealer Einstieg:** Masterarbeit an einem MuSe-Lehrstuhl





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 („CoMento“)** zur Unterstützung bei der Karriereplanung, Zeit- und Teammanagement sowie Work-Live-Balance
- **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



**Dr. Maximilian Stieler**

**Titel der Dissertation:** *„Emotions and social interaction through the lens of service-dominant logic“*

**Aktuelle Position:** *Director Innovation Management – KSB Company*



**Dr. Johanna Held**

**Titel der Dissertation:** *„Täuschung von Konsumenten durch Marketingkommunikation“*

**Aktuelle Position:** *Manager international Market Research – WAREMA Renkhoff SE*



**Dr. Markus Buser**

**Titel der Dissertation:** *„Value Co-Creation and Engagement Platforms: Facilitating Business in Service Management“*

**Aktuelle Position:** *Manager Strategy & Business Development – ALLES.AUTO c/o AVAG Holding SE*



**Dr. Michael Stadtelmann**

**Titel der Dissertation:** *„Wert, Prozessmanagement und Kundenrollen im Gesundheitswesen“*

**Aktuelle Position:** *Portfolio Manager & Leitung IT Business Consulting – Apollo-Optik*



## Dr. Theresa Rausch

**Titel der Dissertation:** „*Quo vadis, e-commerce? : Insights on and innovative approaches towards selected current challenges in the e-commerce context*“

**Aktuelle Position:** *Digital Strategy Consultant – Accenture*



## Dr. Karolina Ewers

**Titel der Dissertation:** „*We need to talk... - Acceptance of Digital Voice Assistants among Millennials and older people*“

**Aktuelle Position:** *Sales Managerin UK – LAMILUX*



## Dr. Christopher Maier

**Titel der Dissertation:** „*Stimulating resource integration through incentive systems: theoretical framework and empirical findings*“

**Aktuelle Position:** *Director / Head of New Services – Bosch Building Technologies*

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2022
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. **Kontaktmöglichkeiten**

# Folgen Sie uns auf Facebook!



The image shows a screenshot of a Facebook profile page. At the top, there is a blue navigation bar with the Facebook logo on the left and a login section on the right with fields for 'E-Mail-Adresse oder Handynummer' and 'Passwort', and an 'Anmelden' button. Below the navigation bar is a large cover photo of a group of people in a hallway. Overlaid on the cover photo is a white box with a green border containing the text 'facebook.com/marketing.und.services'. Below the cover photo are interaction buttons: 'Gefällt mir', 'Teilen', and 'Nachricht senden'. On the left side, there is a sidebar with the profile picture (MuSe logo), the name 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth', and the handle '@marketing.und.services'. Below this are menu options: 'Startseite', 'Beiträge', 'Videos', 'Fotos', 'Info', 'Community', and 'Veranstaltungen', along with a green 'Seite erstellen' button. The main content area shows a post from 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' dated '2. September'. The post text reads: 'Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an tanja.heinlein@uni-bayreuth.de. #MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing'. On the right side, there is a bio section for 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' with the text 'Hochschule und Universität in Bayreuth' and a section titled 'Der Arbeitsbereich MuSe' with the text 'Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...' and a 'Mehr anzeigen' link. At the bottom right, there is a 'Community' section showing '533 Personen gefällt das' and a link to 'Alle ansehen'.

- **BWL III: Lehrstuhl für 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)
- **BWL VIII: Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement**  
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)
- **BWL XIV: Lehrstuhl für 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)
- **BWL MAS: Professur für Marketing & Sportmanagement** – Prof. Dr. Tim Ströbel  
Universitätsstr. 30, Gebäude Sportinstitut, Raum 1.35, 95447 Bayreuth  
Telefon +49 (0) 921 – 55-3497, Fax +49 (0) 921 – 55-3496  
Internet: [www.mas.uni-bayreuth.de](http://www.mas.uni-bayreuth.de), E-Mail: [mas@uni-bayreuth.de](mailto:mas@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))*