

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

**WICHTIG: Dieses Dokument muss digital bearbeitet und digital abgespeichert werden!** Nur so ist eine automatisierte Auswertung möglich. Davon abweichende Bewerbungen können leider nicht berücksichtigt werden.

### Bewerbung für:

Bachelorarbeit	
Masterarbeit	
WiWiZ-Abschlussarbeit	

### Persönliche Angaben:

Vorname	
Nachname	
Matrikelnummer	
E-Mail	

Studienfach	
Semesterzahl (aktuell)	
ECTS (lt. CampusOnline-Auszug inkl. eingebrachter Sprachkurse*)	

(\*Geben Sie vor der Bewerbung um eine Bachelorarbeit bitte beim Prüfungsamt unbedingt an, welche Sprachkurse Sie einbringen möchten und nutzen Sie den aktuellsten CampusOnline-Auszug für Ihre Bewerbung. Nicht relevant für WiWiZ.)

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Spezialisierungsfächer:

Spezialisierungsfach Marketing & Konsumentenverhalten	
Spezialisierungsfach Marketing & Dienstleistungsmanagement	
Spezialisierungsfach Marketing & Innovation	

(Setzen Sie bitte nur dann einen Haken, wenn Sie die jeweiligen Vertiefungsveranstaltungen und Seminare (bzw. seminaräquivalente Veranstaltungen) **erfolgreich abgeschlossen haben** bzw. wenn Sie diese noch vor der finalen Themenbekanntgabe (ca. zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist) abschließen werden. Bitte keinen Haken setzen, wenn Sie die entsprechenden Veranstaltungen aktuell noch besuchen, oder dafür angemeldet sind; nicht relevant für WiWiZ und Sportökonomie B.Sc.)

Sonstige Spezialisierungsfächer	
1)	
2)	

Ab wann können Sie Vollzeit (!) an der Abschlussarbeit arbeiten (Datum):

(Geben Sie bitte das Datum (Format: DD.MM.YY) an, ab dem Sie (annähernd) Vollzeit an Ihrer Abschlussarbeit arbeiten können. Bitte beachten Sie unbedingt, dass Abschlussarbeitsthemen nicht reserviert werden können. **Mit Ihrer Bewerbung für eine Abschlussarbeit geht einher, dass Sie spätestens zum hier definierten Datum mit der Bearbeitung starten können.** Alle Arbeiten werden jedoch zwingend wenige Wochen nach der Themenzusage offiziell angemeldet.)

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Übersicht ECTS\*

<p><b>Geschriebene, aber noch nicht in CampusOnline eingetragene Leistungen</b></p> <p>(Geben Sie bitte an, wie viele (Anzahl: 1,2,3...) Leistungen (Seminare; Vorlesungen; exkl. Abschlussarbeit) noch nicht in CampusOnline eingetragen sind. <b>Bitte nur Zahlen eintragen.</b>)</p>	<p><b>Summe offene ECTS</b></p> <p>(bitte selbstständig ausrechnen)</p>
<p><b>Noch zu erbringende Leistungen im Nachholtermin (oder zum Ende des kommenden Semesters)</b></p> <p>(Geben Sie bitte an, wie viele (Anzahl: 1,2,3...) Leistungen (Seminare; Vorlesungen; exkl. Abschlussarbeit) noch zu erbringen sind. <b>Bitte nur Zahlen eintragen.</b>)</p>	<p><b>Summe noch zu erbringende ECTS</b></p> <p>(bitte selbstständig ausrechnen)</p>
<p><b>Summe fehlende ECTS gesamt</b></p> <p>(wird automatisch berechnet)</p>	

(\*nicht relevant für WiWiZ)

### Bewerbung auf Abschlussarbeiten außerhalb des MuSe-Bereichs:

<p>Bitte geben Sie an, ob Sie sich <u>aktuell</u> ebenfalls auf Abschlussarbeiten außerhalb des MuSe-Bereichs beworben haben:</p>	<b>Ja</b>	<b>Nein</b>

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Themenübersicht Bachelorarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
Prio	Titel	Lehrstuhl	Kontakt-person	Bewerbung möglich
	Sieht aus wie Fleisch, ist Fleisch (oder?) - Das Law of Similarity und seine Wirkung im Konsumentenverhalten	BWL III	Diekmann	18. Mai 2021
	Convenience in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung - Ein konzeptioneller Literaturüberblick	BWL III	Föhr	18. Mai 2021
	Erfolgsfaktoren für die Veränderung von Verhalten bei Konsumenten	BWL III	Harnischmacher	18. Mai 2021
	Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Behavioral Change Models	BWL III	Harnischmacher	18. Mai 2021
	Langzeiteffekte von Nudges - Ein Studienüberblick	BWL III	Harnischmacher	18. Mai 2021
	Beeinflussung der Customer Journey bei Lebensmitteln durch Goal-priming - State of the Art und Marketingempfehlungen	BWL III	Merkl	18. Mai 2021
	Digital Food Marketing: Beeinflussungstechniken im Online-Lebensmittelhandel	BWL III	Merkl	18. Mai 2021
	Werbung durch Kinderaugen sehen: Die Messung von Persuasion Knowledge bei Kindern	BWL III	Vogler	18. Mai 2021

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Unterschiedliche Formen von Persuasion Knowledge bei Digital Natives	BWL III	Vogler	18. Mai 2021
	Out of the dark? - eine kritische Betrachtung von "Dark side of business-to-business (B2B) relationships"	BWL III	Winter	18. Mai 2021
<b>V</b>	Auswirkungen von Aktivierungsmaßnahmen im Sportsponsoring - Eine Analyse am Beispiel der Bauerfeind AG	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
	The attitude-behaviour gap in environmental sustainable consumption - A state-of-the-art analysis	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	18. Mai 2021
	Eine Analyse des Geschäftsmodells von Lanius anhand des Triple Bottom Ansatzes	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	18. Mai 2021
<b>V</b>	Sportvermarktung in Krisenzeiten - Eine Analyse der Auswirkungen in der Corona- Krise auf das Sport-Sponsoring	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
	Corona als Katalysator des Omni-Channel Retailings? Eine Longitudinalstudie unter deutschen Konsumenten	BWL XIV	Brand	18. Mai 2021
	Predicting Preference: Vor- und Nachteile von Best Worst Scaling Case 3 und Choice-Based Conjointanalyse	BWL XIV	Brand	18. Mai 2021
	Funnelanalyse mit Google Analytics am Beispiel eines Online-Shops für Mode	BWL XIV	Prof. Baier	18. Mai 2021
	Zukunft des Einzelhandels – Analyse, Visualisierung und Optimierung von Dienstleistungsprozessen der oberfränkischen KMUs	BWL XIV	Ewers	18. Mai 2021
	Green Fatigue - Eine qualitative Untersuchung	BWL XIV	Kopplin	18. Mai 2021

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Der Attitude-Behavior Gap und die helle und dunkle Triade	BWL XIV	Kopplin	18. Mai 2021
	Technologieakzeptanz und das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit	BWL XIV	Kopplin	18. Mai 2021
	Relevante Akteure und Engagement Plattformen zur Ko-Kreation der Markenbedeutung bei Athlete Brands - ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	18. Mai 2021
	Actor Mapping bei Klubmarken im Sport: Eine beschreibende Analyse der Akteure	BWL XV	Griebel	18. Mai 2021

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Themenübersicht Masterarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für <b>Masterarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
<b>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt-person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
	Disclosure im Influencer Marketing: Unterschiedliche Effekte von Persuasion Knowledge	BWL III	Vogler	18. Mai 2021
	Die Bedeutung von Mission, Vision und Purpose im strategischen Management - eine empirische Analyse.	BWL III	Winter	18. Mai 2021
<b>V</b>	Digitalen Transformation im Sportsponsoring – Eine analytische Betrachtung von digitalen „Engagement-Plattformen“ im professionellem Sport	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
<b>V</b>	Erschaffen einer Customer Experience mithilfe der Customer Journey - Case Study Baumwipfelpfad Steigerwald	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
	Neue methodische Ansätze der Funnelanalyse mit R am Beispiel eines Online-Shops für Mode	BWL XIV	Prof. Baier	18. Mai 2021
	Der B2B-Vertrieb als Informationsquelle für die Produktentwicklung (gerne am Beispiel KSB)	BWL XIV	Prof. Baier	18. Mai 2021
	Der Attitude-Behavior Gap aus der Sicht der Ego Depletion Theory – Ein Experiment	BWL XIV	Kopplin	18. Mai 2021

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Technologieakzeptanz und Technologietoleranz - Eine qualitative Untersuchung	BWL XIV	Kopplin	18. Mai 2021
<b>V</b>	Athlete Brand Building on Digital Engagement Platforms - A Netnographic Approach	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
	Brand meaning co-creation in a digital context - a netnographic analysis of the club brand FC St. Pauli	BWL XV	Griebel	18. Mai 2021
<b>V</b>	Evolution des Sportsponsorings und aktuelles Verständnis im Sport	BWL XV	Prof. Ströbel	<b>Bereits vergeben</b>
<b>V</b>	eSport-Marketingstrategien im deutschen Profifußball	BWL XV	Prof. Ströbel	<b>Bereits vergeben</b>

### Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Sie können **maximal drei Präferenzen** angeben. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für <b>WiWiZ</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
<b>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt-person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
<b>V</b>	Integrative Branding im Esports - Ko-Kreation der Marktbedeutung von Clans im Ökosystem von League of Legends	BWL VX	Griebel	<b>Bereits vergeben</b>