

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

(*nicht relevant für WiWiZ)

Bewerbung auf Abschlussarbeiten außerhalb des MuSe-Bereichs:

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

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 Bachelorarbeiten | | | | |
|---|---|------------------|----------------------------|----------------------------------|
| (Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch) | | | | |
| | Titel | Lehrstuhl | Kontakt- person | Bewerbung möglich bis |
| | Von Second Life bis Metaverse – Virtuelle Welten in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung (Ein Literaturüberblick) | BWL III | Föhr | 09. Februar 2022 |
| | Manchmal muss es eben Siri sein – Smarte Technologien als Kundeninterface (Ein State-of-the-Art) | BWL III | Föhr | 09. Februar 2022 |
| | Konsumentenentscheidungen mit Algorithmen – Ein Literaturüberblick | BWL III | Föhr | 09. Februar 2022 |
| | Direct-to-Consumer Commerce – Ein Literaturüberblick | BWL III | Prof. Germelmann | 09. Februar 2022 |
| | State-of-the-Art zur wahrgenommenen Fairness in der Marketingkommunikation | BWL III | Harnischmacher | 09. Februar 2022 |
| | State-of-the-Art zur Zielaktivierung in der Marketingkommunikation | BWL III | Harnischmacher | 09. Februar 2022 |
| | The power and limits of digital nudging: Encouraging sustainable behavior in digital environments – ein systematischer Literaturüberblick | BWL III | Merkl | 09. Februar 2022 |
| | Spielend leicht zu gesunden Verhaltensweisen – Ein Literaturüberblick zur | BWL III | Merkl | 09. Februar 2022 |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

| | | | | |
|----------|---|----------|-------------------------|-------------------------|
| | Wirkung von Gamification-Elementen in Health - Apps | | | |
| | Purposeful Brands? Eine quantitative Analyse oberfränkischer Unternehmen | BWL III | Winter | 09. Februar 2022 |
| | Financial Literacy junger Konsumenten - in Kooperation mit GetMoBie | BWL III | Winter | 09. Februar 2022 |
| | Besonderheiten der (digitalen) B2B-Customer Journey | BWL III | Winter | 09. Februar 2022 |
| V | Athlete Branding im Sport – eine Analyse der Rolle der sozialen Medien | BWL VIII | Prof. Woratschek & Team | Bereits vergeben |
| | Kundenkarten bei Baumärkten: Erfolgsfaktoren und Anwendungsbeispiele | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |
| | Kundenkarten bei Baumärkten: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |
| | Personas im Online-Versand von Spielwaren und Kindermode: Untersuchung der Nutzungspotenziale in einem konkreten Fall | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |
| | Warenkorbanalyse beim Online-Versand von Spielwaren und Kindermode | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |
| | Athlete Brand Identification anhand Merchandisingumsätzen in der Fußball Bundesliga - Ein Überblick zum Stand der Forschung | BWL XV | Anderski | 09. Februar 2022 |
| V | Wie mega ist das Metaverse? Chancen für Sportorganisationen | BWL XV | Griebel | Bereits vergeben |
| | Entwicklung eines Brand-Dashboards für Sportmarken | BWL XV | Griebel | 09. Februar 2022 |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

| | | | | |
|----------|--|--------|---------------|-------------------------|
| V | City Branding durch Sportevents - eine Analyse des FIS Skilanglauf Weltcups in Dresden | BWL XV | Prof. Ströbel | Bereits vergeben |
| | Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie | BWL XV | Prof Ströbel | 09. Februar 2022 |

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 Masterarbeiten | | | | |
|---|---|------------------|-----------------------|------------------------------|
| (Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch) | | | | |
| | Titel | Lehrstuhl | Kontakt-person | Bewerbung möglich bis |
| | Consumers' Mental Models of Smart Technologies – Eine empirische Analyse | BWL III | Föhr | 09. Februar 2022 |
| | Psychological Ownership im Direct-to-Consumer Commerce - Eine empirische Untersuchung | BWL III | Prof. Germelmann | 09. Februar 2022 |
| | „Bewegungsring geschlossen! - und jetzt? " – eine experimentelle Studie zum Auftreten adverser Effekte bei der Nutzung von Smartwatches | BWL III | Merkl | 09. Februar 2022 |
| | Was bewegt und hemmt Kunden, nachhaltig produzierte Produkte zu kaufen? | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |
| | Sind Kunden bereit, für nachhaltig produzierte Produkte ihre Qualitätsansprüche zu senken? | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |
| | Online-Experimente in der Marktforschung: Wie kann man die Kauf- und Preisbereitschaft für nachhaltig produzierte Produkte messen? | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |
| | Wie „menschlich“ wird Alexa wahrgenommen? Neue Einsatzmöglichkeiten für Sprachassistenten | BWL XIV | Prof. Baier | 09. Februar 2022 |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

| | | | | |
|----------|--|--------|---------------|-------------------------|
| V | Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Tokyo | BWL XV | Anderski | Bereits vergeben |
| | Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Beijing | BWL XV | Anderski | 09. Februar 2022 |
| V | Athleten als zentrale Akteure im Sportsponsoring - eine qualitative Analyse | BWL XV | Anderski | Bereits vergeben |
| | eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine qualitative Analyse | BWL XV | Griebel | 09. Februar 2022 |
| V | Strategien zum Einstieg in den eSport - eine empirische Analyse anhand eines ausgewählten Fallbeispiels | BWL XV | Griebel | Bereits vergeben |
| | Verändertes Fanverhalten im Sport im Zusammenhang mit der Covid-19 Pandemie - eine empirische Analyse am Beispiel des FC Bayern Basketball | BWL XV | Prof. Ströbel | 09. Februar 2022 |
| V | Die Marke als Medium wahrscheinlicher Kommunikation. Eine interdisziplinäre Konzeption von der identitätsbasierten Markenführung zur netzwerkorientierten Interaktionsmarkierung | BWL XV | Prof. Ströbel | Bereits vergeben |

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

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 WiWiZ | | | | |
|---|---|------------------|----------------------------|----------------------------------|
| (Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch) | | | | |
| | Titel | Lehrstuhl | Kontakt- person | Bewerbung möglich bis |
| | Choice Curation durch Algorithmen aus Marketing- und rechtswissenschaftlicher Sicht | BWL III | Föhr | 09. Februar 2022 |
| | Athlete Branding auf digitalen Plattformen - Aktuelle Entwicklungen und Rahmenbedingungen | BWL XV | Prof. Ströbel | 09. Februar 2022 |