

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:

<p>Bitte geben Sie an, ob Sie sich <u>aktuell</u> ebenfalls auf Abschlussarbeiten außerhalb des MuSe-Bereichs beworben haben:</p>	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
	Green Campus: State-of-the-Art zur Bedeutung und Umsetzung von Nachhaltigkeit an Universitäten und Hochschulen	BWL III	Diekmann	17. Oktober 2021
	AI for Social Good und die Rolle des Marketing - Ein State-of-the-Art	BWL III	Föhr	17. Oktober 2021
	The power and limits of digital nudging: Encouraging sustainable behavior in digital environments - ein systematischer Literaturüberblick	BWL III	Merkel	17. Oktober 2021
	Das glaubst du doch selbst nicht! - Bedeutung der Glaubwürdigkeit für die Nutzung von Produktlabels	BWL III	Merkel	17. Oktober 2021
	Die Rolle von Social Media im B2B-Marketing - ein State-of-the-Art.	BWL III	Winter	17. Oktober 2021
	Besonderheiten der (digitalen) B2B-Customer Journey.	BWL III	Winter	17. Oktober 2021
V	Influencer Marketing – Zielsetzungen, Auswahlkriterien und Seeding-Strategien in den sozialen Netzwerken	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	(Ecological) vulnerability of interorganisational networks - The critical role of the natural environment in the sports industry (Die Arbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	17. Oktober 2021
	Bridging the Attitude-Behaviour Gap by focusing on actual behavior – an experiment (in deutscher Sprache zu verfassen)	BWL XIV	Brand	17. Oktober 2021
	Warenkorbanalysen im Einzelhandel - Status Quo und Nutzen	BWL XIV	Karasenko	17. Oktober 2021
	Das "Grün" in grünen Konsumenten: Materielle Güter oder Erlebnisse? Eine Interviewstudie	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Die Beziehung von nachhaltigem Konsum und Verzicht: Eine qualitative Untersuchung	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Was ist Nachhaltigkeit aus Kundensicht? Eine vergleichende Studie mittels Präferenzanalyse	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Informationsdarstellung bei nachhaltigen Produkten - Eine Eyetrackingstudie (in Kooperation mit Myriad)	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Einsatz und Akzeptanz von Kryptowährungen beim Bezahlen	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
	Ein Überblick zu neueren Entwicklungen beim Teleshopping: Live Stream Commerce	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
	Experimente zur Modellierung nachhaltigen Verhaltens	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
	Athlete Brand Identification anhand Merchandising Umsätzen in der Fußball-	BWL XV	Anderski	17. Oktober 2021

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Bundesliga – Ein Überblick zum Stand der Forschung			
	Athlete Activism im Sport - Ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	17. Oktober 2021
	Brand Purpose or Brand Washing im Sport – State of the Art und Implikationen für Sportmarken	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
	Mapping the Fan-Brand Journey – Identifikation von Touchpoints	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021
	Digitale Transformation im Sport – neueste Trends und Entwicklungen	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 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 Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
	Die Bedeutung von Mission, Vision und Purpose im strategischen Management - eine empirische Analyse.	BWL III	Winter	17. Oktober 2021
V	Analyse digitaler Plattformen und der Zielgruppenansprache der Generation Z im Sponsoring	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
	Why should I care what the others say?! - An experimental analysis of spillover effects in sponsorship portfolios	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	17. Oktober 2021
	The role of authenticity in "green" marketing communications	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	17. Oktober 2021
	Kundenkartennutzung im Baumarkt - Erfolgspotential und Auswertung	BWL XIV	Karassenko	17. Oktober 2021
	Die dunkle Seite der Nachhaltigkeit: Geltungskonsum - Ein Experiment	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Die Rolle von Social Desirability bei nachhaltigen Kaufentscheidungen	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Der Intention-Behavior-Gap und das Future Self	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Der Intention-Behavior-Gap als Problem des Forschungsdesigns	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Instagram-Marketing von nachhaltigen Unternehmen - Eine vergleichende Analyse (in Kooperation mit Myriad)	BWL XIV	Kopplin	17. Oktober 2021
	Glaubwürdigkeit von Sinnfluencern	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
	Influencer in der Innovationskommunikation	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
	Soziale Signale von Chatbots	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
	Adoption von Kryptowährungen beim Bezahlen	BWL XIV	PD Dr. Rese	17. Oktober 2021
	Paradigmenwechsel im Sport? Team Identification vs. Athlete Brand Identification - eine empirische Studie	BWL XV	Anderski	17. Oktober 2021
	Mapping the Fan-Brand Journey – Eine qualitative Untersuchung von Touchpoints zur Kokreation der Markenbedeutung	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
	Markenmanagement von eSport Clans - eine qualitative Analyse aus der Perspektive des Managements	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
	eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine netnographische Analyse der Klubs SV Werder Bremen und VfL Wolfsburg	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
	eSport Engagements traditioneller Klubmarken – eine netnographische Analyse der Klubs FC Bayern München und Borussia Mönchengladbach	BWL XV	Griebel	17. Oktober 2021
	City Branding durch Sport – eine Analyse des Kommunikationspotentials von medi bayreuth für die Stadt Bayreuth	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021
	Marktforschung im Sport – Entwicklung eines Reports zentraler KPIs am Beispiel von medi bayreuth	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021

Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Eine Analyse der Markenstrategie der European Championships Munich 2022	BWL XV	Prof. Ströbel	17. Oktober 2021
--	---	--------	---------------	------------------

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
	Heute schon selbst gekocht? - Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie auf den Konsum von Lebensmitteln	BWL II	Diekmann	17. Oktober 2021