

Informationsveranstaltung des Schwerpunktes *Marketing und Services (MuSe)* für Interessenten der Master-Studiengänge BWL und Sportökonomie

**am 25.04.2017 (Sommersemester 2017)
von 14:15 bis 15:45 Uhr in H22 (RW II)**

Weitere
Studiengänge
(MeKuWi, GÖ, etc.)
beraten wir gern!

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl BWL III: Marketing)

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl BWL VIII: Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Bettina Lis (Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl BWL XIV: Innovations- und Dialogmarketing)

Prof. Dr. Maximilian Röglinger (Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement)

Prof. Dr. Tim Kessler (Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen)

Prof. Dr. Reinhard Kunz (Juniorprofessur Medienmanagement, insb. Sportmedien)

- 1. Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr.
Daniel Baier**
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



**Prof. Dr. Claas
Christian Germelmann**
(LS Marketing)



**Prof. Dr.
Herbert Woratschek**
(LS Dienstleistungsmanagement)



**Prof. Dr.
Bettina Lis**
(LS Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)



**Prof. Dr.
Maximilian Röglinger**
(Professur für Wirtschaftsinformatik und
wertorientiertes Prozessmanagement)



**Prof. Dr.
Tim Kessler**
(JP –Intern. Technologiemanagement,
insb. industr. Dienstleistungen)



**Prof. Dr.
Reinhard Kunz**
(JP Medienmanagement,
insb. Sportmedien)



PD Dr. Alexandra Rese
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Dr. Ines Daniel
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
extern, z.Z. in Elternzeit)



Dr. Matthias J. Kaiser
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Dr. Alexander Sänn
(LS Innovations- und Dialogmarketing
und BF/M)



Carmen Back
Sekretariat
(LS Dienstleistungsmanagement)



Martin Bauhofer
Master of Arts
(JP Medienmanagement,
insb. Sportmedien)



Markus Buser
M.Sc. SpOec
(LS Dienstleistungsmanagement)



Larissa Diekmann
Master of Science
(LS Marketing)



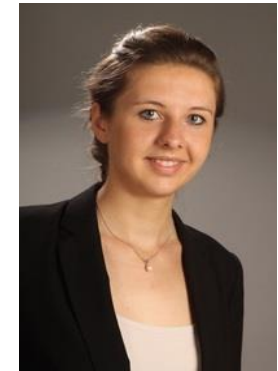
Julia Fehrer
Dipl. Betriebswirt
(LS Dienstleistungsmanagement)



Maximilian Fischer
Master of Science
(LS Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)



Jessica Gabski
Sekretariat
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Alina Geiger
Master of Science
(LS Marketing)



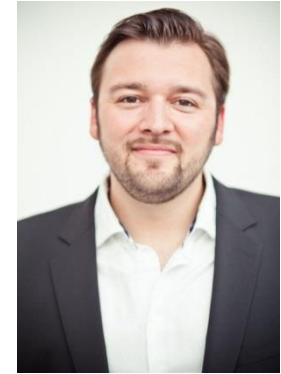
Brigitte Goßler
Sekretariat
(LS Allgemeine
Betriebswirtschaftslehre)



Johanna Held
Master of Arts
(LS Marketing)



Mario Kaiser
M.Sc. SpOec.
(LS Dienstleistungsmanagement)



Dr. Pablo Neder
Dipl.-Kaufmann
(LS Marketing)



Riccardo Reith
(LS Allgemeine Betriebswirtschaft)



Philipp Rolf
Master of Science
(JP Medienmanagement,
insb. Sportmedien)



Michael Stadelmann
Dipl.-Gesundheitsökonom
(LS Dienstleistungsmanagement)



Jan Schönberner
B.Sc. SpOec
(LS Dienstleistungsmanagement)



Maximilian Stieler
Dipl.-Sportökonom
(LS Marketing)



Kristin Suckau
Dipl.-Kauffrau
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
z.Z. in Elternzeit



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS Marketing)



Friederike Weismann
Master of Arts
(LS Marketing)



Sabine Winkler
Sekretariat
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
z.Z. erkrankt



Sandra Ziewiecki
(LS Allgemeine Betriebswirtschaft)



**Prof. Laurence
Ashworth**
(Queen's School of Business, Kingston,
Canada)



Prof. Dip Biswas
(University of South Florida, USA)



Prof. Rod Brodie
(University of Auckland,
New Zealand)



Prof. Peter Darke
(York University, Canada)



Prof. Don Getz
(University of Calgary, Canada)



Prof. Jürgen Gnoth
(University of Otago, New Zealand)



Prof. Jean-Luc Hermann
(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



Prof. Mathieu Kacha
(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



**Prof. Constantine
Katsikeas**
(University of Leeds, UK)



Prof. Dave Ridpath
(Ohio University, USA)



Prof. Harold Riemer
(University of Regina, USA)



Prof. James Santomier
(Sacred Heart University, USA)



Prof. Lorn Sheehan
(University of Halifax, Canada)



Prof. Dongfeng Liu
(Shanghai University of Sport, Shanghai)



Prof. Marijke Taks
(University of Windsor, Canada)



Prof. Björn Walliser
(Université de Lorraine, Nancy, France)

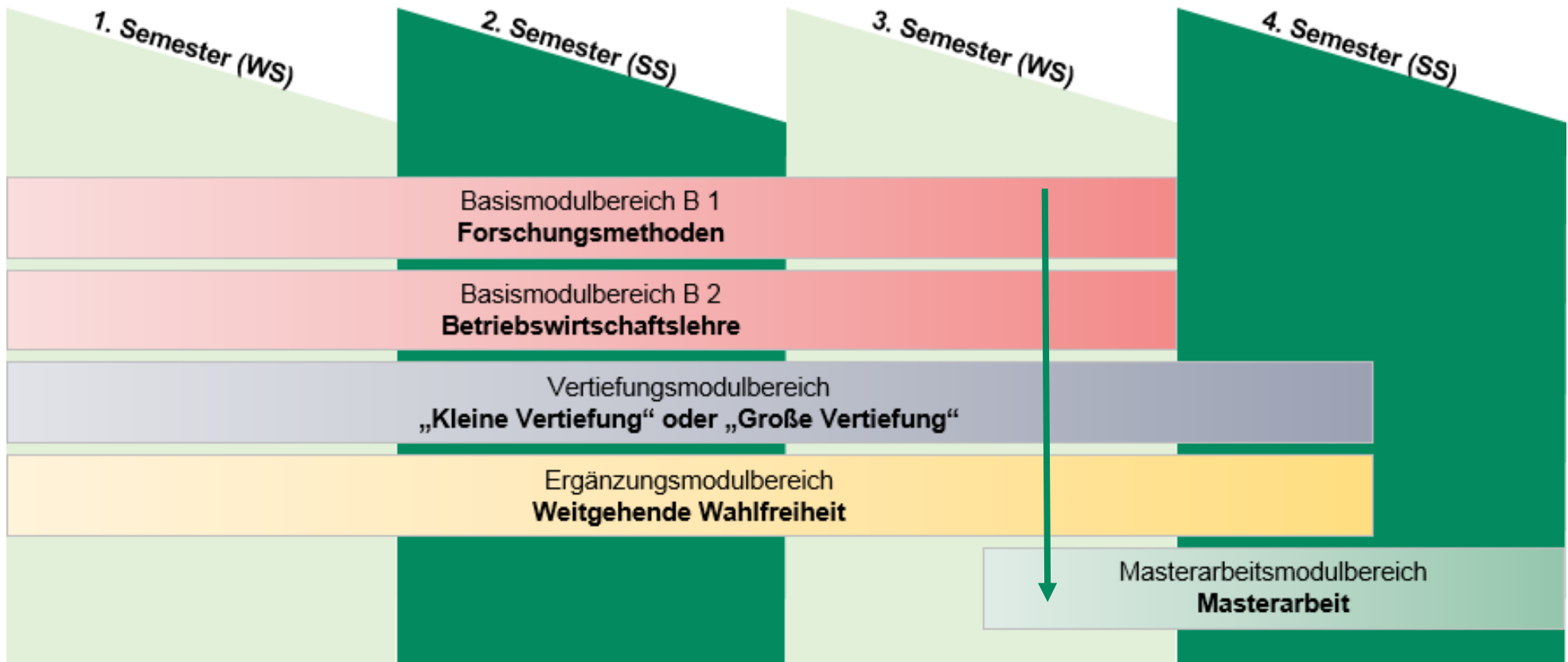


Prof. Bradley Wilson
(Universidad de los Andes, Colombia)

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrprogramm Master BWL

Überblick über die Master-Modulbereiche



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing </div>	Dienstleistungs- management <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>	MuSe Ergänzungs- modulbereich <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... <p>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p> </div>
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; font-weight: bold; color: white; background-color: #FFD700;"> Empfehlungen </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </div>		

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing Hauptseminar Marketing & Services Marketing A: Konsumentenverhalten Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing	Dienstleistungs- management Hauptseminar Marketing & Services DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	MuSe Ergänzungs- modulbereich max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence		

Empfehlungen

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit													
Modulbereich „große“ Vertiefung (36 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 365 1386 458" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1400 365 2013 458" style="text-align: center;"> Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 465 1386 582" style="text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="1400 465 2013 1079" rowspan="5" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 604 851 761" style="text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </td> <td data-bbox="866 604 1386 761" style="text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 782 851 939" style="text-align: center;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing </td> <td data-bbox="866 782 1386 939" style="text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 961 1386 1079" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok)) </td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht	Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing	Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))	
Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services												
Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht												
Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing													
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement													
Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))														
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 1115 2013 1303" style="text-align: center;"> Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </td> </tr> </table>		Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence											
Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence														

Empfehlungen

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-3: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement	
Vertiefungs- modul BWL B-1 24 LP + 6 LP	Marketing Hauptseminar Marketing & Services Marketing A: Konsumentenverhalten Marketing B: Corporate Commu- nication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing	Dienstleistungs- management DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulebereich A 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 2017
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Autonome Masterarbeit

30 ECTS

- 24 Wochen
- Note:

100% Masterarbeit

Integrierte Masterarbeit

12 ECTS aus Projektseminar

18 ECTS aus Masterarbeit

- 16 Wochen
- Note:

40% Projektseminar

60% Masterarbeit

Anmerkung: Die 12 ECTS aus dem ursprünglichen Projektseminar gehen dann in der Masterarbeit auf und müssten neu belegt werden...

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen für:
 - **Innovations- und Dialogmarketing** (Prof. Dr. Daniel Baier)
 - **Marketing** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
 - **Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
 - **Juniorprofessur für Medienmanagement** (Prof. Dr. Reinhard Kunz)
- 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 Schwerpunkt „Marketing und Services (MuSe)“: Der Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management (Prof. Dr. Gilbert Fridgen), der Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen (Prof. Dr. Tim Kessler), des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (Prof. Dr. Bettina Lis) und der Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement (Prof. Dr. Maximilian Röglinger)
- Für Informationen bzgl. der Themen und Bewerbung, bitte Aushänge der Lehrstühle beachten!

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, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement, Lehrstuhl für Innovations- und Dialogmarketing oder bei einer der Juniorprofessuren „Medienmanagement, insbesondere Sportmedien“ oder „Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen“ zu erbringen (inkl. Masterarbeit)

Das Zertifikat ist über den Lehrstuhl BWL I von Prof. Schäfer (für BWL) bzw. über den Lehrstuhl BWL VIII von Prof. Woratschek (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 Mittelpunkt, 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 in 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 2017**
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl BWL III - Marketing

Prof. Germelmann & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing A: Konsumentenverhalten Vorlesung: Germelmann Übung: Stieler	V 3-1	B-1-1
Hauptseminar im Marketing (Filmmarketing) Germelmann / Neder	V 3-3	B-1-6
Ausgewählte Fragen des Marketing: Advanced Experimental Methods Ashworth (auf Englisch)	V 3-5	D-3 / E-2 nach Absprache
Readings in Consumer Behaviour Herrmann (auf Englisch) – Zielgruppe: Studierende mit Interesse an einer Masterarbeit im Bereich Consumer Marketing	V3-1 nach Absprache (sonst V3-5)	(B-1-1), D-3 und E-2 nach Absprache
Ausgewählte Fragen des Marketing: Sensory Marketing Biswas (auf Englisch) – stark begrenzte Kapazität	V 3-5	D-3 / E-2 nach Absprache
Co-Creative Colloquium Germelmann / Neder	fakultativ	fakultativ

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Projektseminar „Methoden der Datenerhebung und multivariaten Datenanalyse“ Diekmann / Germelmann (Anmeldung ab 25.04.; 19 Uhr bis 27.04. über Campus Online; noch vier (4) Plätze frei)	B1-1.1	D-3 / E-2 nach Absprache
Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt (Massenpsychologie und Konsumentenverhalten – „The beast with many heads“ revisited) Stieler	B 1-6	D-3 / E-2 nach Absprache
Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt (Research Mapping as a tool for creating research value) Ellert / Germelmann	B 1-6	D-3 / E-2 nach Absprache

Zielgruppe:

- Engagierte Studierende (M.Sc.) mit Interesse an Konsumentenverhalten, (sozial-)psychologischen Prozessen, Steuerungsmöglichkeiten von Massen und empirischer Forschung im Allgemeinen.

Aufgaben (intensive Betreuung und Input bei jedem Aufgabenschritt):

- Literaturrecherche in den Bereichen Massen- und Sozialpsychologie, hedonischer Konsum, Events, Festivals & Sport
- Eigenständige Durchführung empirischen Untersuchungen
- Datenaufbereitung und –analyse
- Reporting der Ergebnisse

Anmeldung:

Aufgrund der intensiven Betreuung ist die Teilnehmerzahl für diesen Kurs stark beschränkt. Eine Bewerbung ist deshalb notwendig (maximilian.stieler@uni-bayreuth.de)

Inhalt der Bewerbung: Kurzes Motivationsschreiben (max. eine halbe Seite), Bachelor-Zeugnis, aktueller Noten-Auszug und Lebenslauf.

Bewerbungsfrist: **Dienstag, 25. April 2017, 22:00 Uhr**

Sponsorship-linked Marketing

- What?
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: Until **15.05.2017**
- Lecturer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer;
Technische Universität München
- Grading: Based on exam (multiple choice and prose, 60 minutes)
- Applicable towards: V 3-2 Marketing B, or “Ergänzungsmodulbereich”
- Registration at the VHB homepage. Further information:
<https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true> (search term: “sponsorship-linked marketing”)



- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zielgruppe: Wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master)
- Themen:
 1. Bewertungskriterien
 2. Forschungsfragen
 3. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
 4. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
 5. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
 6. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann
- **Anmeldung:** Nicht notwendig
- **Ort:** Siehe Campus Online
- Termine (das Proseminar wird **2x pro Semester** angeboten): Blockveranstaltung am **15./16. Mai** und **07./08. August** (jeweils Vorlesung und Übung). Informationen finden Sie auf der Homepage des Marketing Lehrstuhls (**bitte im Newsletter des Marketing Lehrstuhls eintragen!**).

Lehrstuhl BWL VIII - Dienstleistungsmanagement

Prof. Woratschek & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Hauptseminar: Die Entwicklung eines Corporate Designs für die touristische Destination Scheidegg HS: Woratschek, von Lingen, Stadtelmann – <u>läuft bereits</u>	V-8-3	B-1-5
Angewandte Marktforschung im Dienstleistungsmanagement PS: Woratschek, Kaiser – <u>läuft bereits</u> (über zwei Semester, Beginn WS 2016/17), Teil II	B-1-1.3 / M-2	D-3 / E-2
Wert im Dienstleistungsmanagement VL: Woratschek, Di 14-16 Uhr, H 22 Ü: Buser, Stadtelmann, Kaiser, in 5 Gruppen nach Ankündigung	V-8-1 (DLM A)	B-1-3
Seminar: Theory and Practice of Contemporary Marketing S: Brodie, Fehrer, Blockveranstaltung, zw. 30.05. und 03.06.2017	V-8-3	B-1-5
Entrepreneurship in der New Economy (2 ECTS) V: Maier, Blockveranstaltung, N.N.	Ergänz.	D
Business Etikette für Spökos (2 ECTS) V: Thammer, Blockveranstaltung, zwischen 19.06. und 21.06.2017		D
SMV: Challenges of an international sports brand: Global Sports Business Consulting Project with Adidas V: Buser, Blockveranstaltung, zwischen 18.05. und 30.05.2017		A-1-5 / D

Anmeldung
in Campus-
Online bis
eine Woche
vor Klausur

Anmeldung mit Hinterlegung
eines Pfands von 25 €
von 24.04.2017 bis 25.04.2017
über CampusOnline.

Anmeldung mit Hinterlegung eines Pfands von 25 €
von 24.04.2017 bis 25.04.2017 über CampusOnline.

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
DLM/SMV: Socio-Economic Aspects of Sport and Leisure V: Taks, Blockveranstaltung, zwischen 23.06. und 30.06.2017	Ergänz	A-1-5 / D
DLM/SMV: Risk Management in Sport V: Ridpath, Blockveranstaltung, zwischen 30.05. und 12.06.2017	Ergänz	A-1-5 / D
DLM/SMV: Strategic Planning and Management in Tourism V: Sheehan, Blockveranstaltung, zwischen 29.05. und 01.06.2017	Ergänz.	A-1-5 / D
DLM/SMV: Global Integrated Marketing Communication Principles V: Wilson, Blockveranstaltung, zwischen 08.07. und 12.07.2017	Ergänz.	A-1-5 / D
DLM/SMV: Unternehmensplanung und Sportmarketing V: Pastowski, Blockveranstaltung, N.N.	Ergänz	A-1-5 / D
DLM/SMV: Wirtschaftspsychologie und Sportsponsoring V: Ellert, Blockveranstaltung, zwischen 20.05. und 24.06.2017	Ergänz	A-1-5 / D
DLM/SMV: Social Media in Sports V: Santomier, Blockveranstaltung, zwischen 07.06. und 12.06.2017 (gesonderte Anmeldung über die JP Medienmanagement)	Ergänz	A-1-5 / D

Lehrstuhl BWL XIII – Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Lis & Team



- Ausrichtung des Lehrstuhls an der Schnittstelle von Marketing, Management und Medien
- Fokussierung an aktuellen Fragen in den Bereichen des Konsumentenverhaltens sowie des (Media-) Managements vor dem Hintergrund einer voranschreitenden Digitalisierung der Märkte.
- Betrachtung u.a. des E- und M-Commerce, Kommunikation von verantwortungsbewusstem Unternehmensverhalten (CSR), und electronic Word of Mouth und M-Payment

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Corporate Social Responsibility Vorlesung: Lis Mittwochs von 10 - 12 Uhr, (03.05. - 05.07.2017); Ort: S 50, RW I am Mittwoch, den 14.06.2017; zusätzlich zur Vorlesung 13 - 18 Uhr; Ort: tba</p>	Ergänz.	D-3
<p>Fallstudienmasterseminar „Digitalisierung in (Medien-) Unternehmen – Analyse und Beurteilung relevanter strategischer Problemfelder“ Anmeldefrist: Ende SS 2017 über Campus Online Bitte beachten Sie weitere Bekanntmachungen über die Homepage des Lehrstuhls und den E-Mail Verteiler.</p>	V 3-3	B-1-5

Lehrstuhl BWL XIV – Innovations- und Dialogmarketing

Prof. Baier & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Dialogmarketing (Baier, Kaiser) V: Di., 08:15-09:45 Uhr, H 21, ab 25.04.2017 Ü: Do., 10:15-11.45 Uhr, H 13 Autrum, ab 04.05.2017 (14-tägig)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführung: Vom Direktmarketing zum Dialogmarketing, Formen des Dialogmarketing: Medien und Einsatzgebiete, Org. des Dialogmarketing</i> ▪ <i>Grundlagen: Informations- und Kaufverhalten, Kommunikationstechnologien, CRM, Wirkungsmessung, Rechtliche Grundlagen</i> ▪ <i>Instrumente: Vom Vertreterbesuch zum schriftl. Verkaufsgespräch, Telefonmarketing, Online-Marketing, Social Media-Marketing etc.</i> ▪ <i>Strategien: Kommunikationsstrategien, Segmentierung und Individualisierung, Kundenakquisition, -bindung und -wiedergewinnung etc.</i> ▪ <i>Dialogmarketingcontrolling: Kundenwert und Kundenanalyse, Effektivitäts- und Effizienzmessung</i> 	<p>als V 3-2b (Marketing B) anrechenbar</p>	<p>als B-1-2 (Marketing B) anrechenbar</p>
<p>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“ (Baier) V: Fr., 10:15-11:45 Uhr, CIP-Pool B9, ab 28.04.2017 Anmeldung via CampusOnline erforderlich (läuft bereits)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführung in R</i> ▪ <i>Grundlagen ausgewählter multivariater Analyseverfahren</i> ▪ <i>Grundlagen ausgewählter Data Mining Verfahren</i> ▪ <i>Einsatz und Anpassung dieser Verfahren zur Lösung von Data Mining Problemen im Marketing und anderen Anwendungsgebieten</i> 	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Forschungsprojekt „Neue Geschäftsmodelle in der digitalen Welt“ <i>Anmeldung via CampusOnline erforderlich (läuft bereits)</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Konzeption einer Gründungsidee</i> ▪ <i>Erstellung eines Businessplans</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Idee, Team & Partner</i> ▪ <i>Marktanalyse & Marketing</i> ▪ <i>Organisation & Finanzierung</i> 	Als B-1-6 anrechenbar	Als D-3 anrechenbar
Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Rese) <i>Anmeldung nicht mehr möglich</i>	als V 3-3 V-8-3 anrechenbar	als B-1-6 B-1-7 anrechenbar
Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (II) (Kaiser) – mit Schwerpunkt Innovationsmarketing + Gesundheitsökonomie <i>Anmeldung nicht mehr möglich</i>	Als V3-3 V-8-3 anrechenbar	als B-1-6 B-1-7 anrechenbar
Abschlussarbeiten-Kolloquium Innovations- und Dialogmarketing (Baier) Wir laden – nach Anmeldung der Masterarbeit bei uns – persönlich dazu ein.	Intern	Intern

Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Röglinger & Team

Anrechenbar als
Hauptseminar
Marketing

Praxisseminar im Bereich Wirtschaftsinformatik in Kooperation mit der REHAU AG + Co

- Praxisseminar während der Vorlesungszeit des Wintersemesters 2017/18 für BWL und WIng
- Praxisnahe Themen aus den Bereichen Digitalisierung, mobile Anwendungen und Marketing/Vertrieb
- Anmeldung über CampusOnline in der nächsten Bewerbungsphase
- Auch als V3-3 Hauptseminar Marketing anrechenbar

Weitere Informationen auf: www.wi.uni-bayreuth.de



REHAU[®]

Unlimited Polymer Solutions



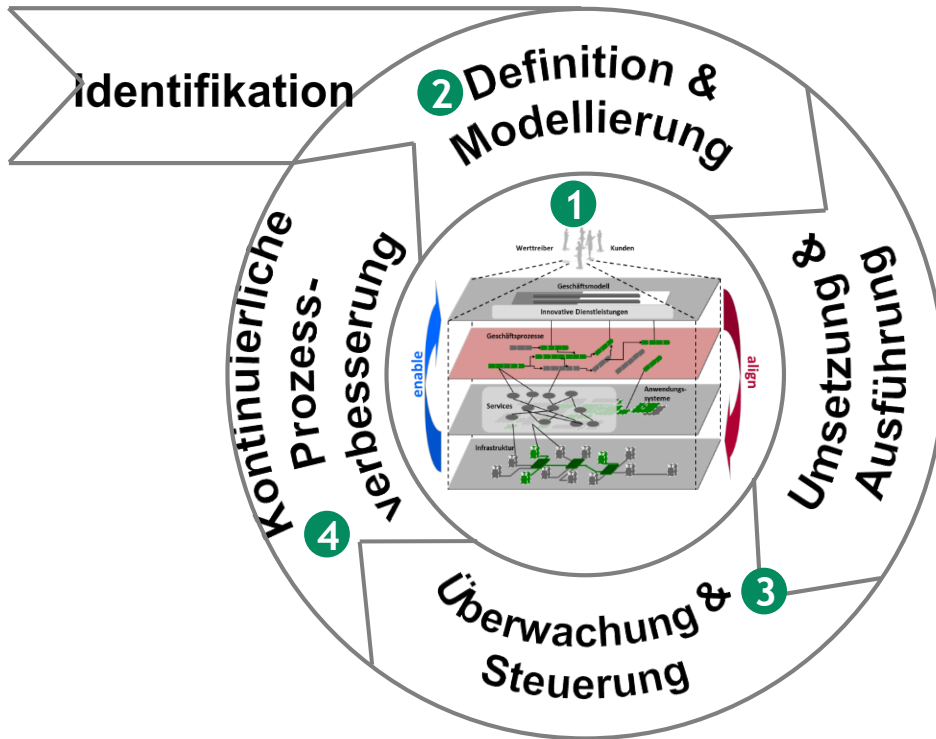
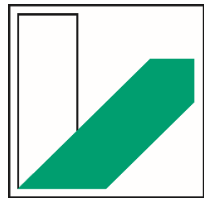
Projektgruppe
Wirtschaftsinformatik



Kernkompetenzzentrum
Finanz- & Informationsmanagement

Vorlesungsankündigung

Wertorientiertes Prozessmanagement (V 7-8)



Modus:	Regulär im WiSe
Einbringbarkeit:	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre (kleine Vertiefung WI, große Vertiefung TOP, Ergänzungsmodulbereich); M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen
Leistungspunkte:	6 LP
Prüfungstermin:	tbd
Teilnehmerzahl:	unbegrenzt
Anmeldung:	Campus Online
Kontakt:	maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
Weitere Infos:	http://www.wi.uni-bayreuth.de
Starttermin:	Wintersemester 2017/18

1 Grundlagen des Prozessmanagements

3 Prozessindustrialisierung und -digitalisierung

2 Prozessmodellierung und -identifikation

4 Prozessverbesserung

Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement

Prof. Kessler & Team

Management of Product-Service Systems

V+Ü: Geblockt Fr. 23.6., Sa. 24.6., Fr. 30.6., Sa. 1.7. jeweils 9-19 Uhr. Raum tba

Worum geht es?

- Integration und Organisation von Sachgut und Dienstleistung
- Business Model Innovation
- Performanceeffekte von Service Transition Strategies
- Management hybrider Leistungsbündel
- Innovation und Produktentwicklung in Product-Service Systems
- Integrierte Leistungen in (digitalen) Netzwerken

Wie ist die Veranstaltung aufgebaut?

- Vorlesung in englischer Sprache
- Interaktive englischsprachige Übung mit Case Studies

Wie ist die Veranstaltung anrechenbar?

- Als Modul V 5-3, V 7-4 oder V 11-1/11-2/11-3
- Im Ergänzungsmodulbereich

Hauptseminar Internationales Technologiemanagement

Kick-off: 25.4., 16 Uhr, Zwischenpräsentation: 24.5., Abschlusspräsentation: 4.7. – Anmeldung noch bis 25.4. möglich

Worum geht es?

- Lösung eines ausgewählten Problems aus dem Themenfeld intern. Technologie- und Innovationsmanagement bzw. ind. Dienstleistungen
- Ziel ist nicht die Reproduktion von Wissen, sondern die Erfassung aktueller Problemstellungen aus Unternehmen, aus bestimmten Märkten bzw. aus Forschungsprojekten und die Erarbeitung konkreter Lösungsvorschläge

Was sind mögliche Themen?

- Value Co-Creation
- Digitization everything

Wie ist die Veranstaltung anrechenbar?

- Als Modul V5-4 oder V 7-3 oder V 11-4
- Im Ergänzungsmodulbereich

Entrepreneurial Thinking & Business Design

Veranstaltung läuft bereits

Von der Idee zum Unternehmen

Mit Mentoren-Programm, Unternehmens-Workshops, Praxis-Vorträgen, Investoren-Pitch etc.

Nähere Informationen zu Inhalt, Aufbau und Anrechenbarkeit unter www.itm.uni-bayreuth.de

Juniorprofessur Medienmanagement

Prof. Kunz & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Marktorientiertes Management von digitalen Medien: Proactive Consumer Decision Making HS: Kunz & Rolf Blockveranstaltung – <i>läuft bereits</i> – keine Anmeldung mehr möglich</p>	<p>B 1-6/ Erg.</p>	<p>D-3</p>
<p>Multivariate Datenanalyse im Medienmanagement Ü: Kunz & Rolf Blockveranstaltung zu folgenden Terminen: 5., 6., 7. & 12.05., jeweils 9-17 Uhr, (Raum: voraussichtlich CIP Pool RW)</p>	<p>fakultativ</p>	<p>fakultativ</p>
<p>Interdisziplinäres Oberseminar und Kolloquium im Medienmanagement (u. a. für KandidatInnen von Masterarbeiten) Kunz & KollegInnen Termine: Mo 24.04. & 26.06., jeweils 10-18 Uhr, IBZ (Gästehaus)</p>	<p>fakultativ</p>	<p>fakultativ</p>

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2017
6. **Master...und danach?**
7. Kontaktmöglichkeiten

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:

1. Als wissenschaftlicher Mitarbeiter
2. Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert

- Die Arbeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter:

- Verfolgen eines **selbstgewählten Dissertationsthemas**
- Mitarbeit an lehrstuhlübergreifenden **Forschungsprojekten**
- Vorbereiten und Halten von **Lehrveranstaltungen**
(z.B. Übungen, Seminare, Fallstudien, Planspiele, Projektseminar)
- Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
- Administrative Aufgaben am Lehrstuhl

→ Voraussetzung für Promotion Master bzw. Diplomabschluss mit Note „gut“ (§6 Promotionsordnung der RW-Fakultät)

→ Einen ersten Einblick liefert die Arbeit als **wissenschaftliche Hilfskraft und Tutor** (bei Ausschreibung bewerben)



} bei ganzer Stelle
~5 SWS Lehraktivitäten

Monatliches Einstiegsgehalt TV-L E13 Stufe 1*:

Arbeitszeit	100%	75%	50%
Brutto**	3.588€	2.691€	1.794€
Netto**	2.101€	1.686€	1.233€
Jahres-Brutto** ***	44.846€	33.635€	22.423€

* Lohnsteuerklasse I, Krankenversicherung 14,6%, Kirchensteuer Bayern, keine Kinderfreibeträge

** gerundet

*** inkl. Jahressonderzahlung

- Die Einstiegsgehälter für Wirtschaftswissenschaftler liegen derzeit bei ca. 45.000€.
- Das Einstiegsgehalt nach der Promotion beträgt jährlich durchschnittlich 56.000€, promovierte Führungskräfte im Marketing und Vertrieb verdienen ca. 129.000€ und damit 12% mehr als Kollegen mit Diplom- oder Masterabschluss.
- Jede Entgeltgruppe ist in zwei Grundstufen und drei bis vier Entwicklungsstufen unterteilt. Diese werden durchlaufen und sollen die wachsende Berufserfahrung abbilden. Die Abstände zwischen den Stufenaufstiegen sind gestaffelt (siehe auch Entgelttabelle): In Stufe 1 bleibt man im Regelfall ein Jahr, in Stufe 2 zwei Jahre, in Stufe 3 drei Jahre, in Stufe 4 vier Jahre, in Stufe 5 fünf Jahre



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** zur Unterstützung bei der Karriereplanung, Zeit- und Teammanagement sowie Work-Live-Balance
- **Fortbildungsmaßnahmen** in Zusammenarbeit mit dem Fortbildungszentrum Hochschullehre (FBZHL)
- **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



becks

Büro des Beauftragten für behinderte
und chronisch kranke Studierende

**Sie haben eine Behinderung, Lernschwäche,
eine psychische oder chronische Erkrankung?**

Wir informieren Sie über Ihre Rechte, Nachteilsausgleiche
und weitere Möglichkeiten im Studium an der Universität
Bayreuth.

Wir freuen uns darauf, Ihnen persönlich zu begegnen.

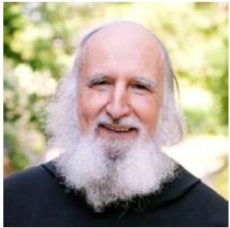
Telefon: 0921/55-4506
E-Mail: becks@uni-bayreuth.de
Homepage: www.becks.uni-bayreuth.de

Ausführlicher
Leitfaden online!

beraten | vermitteln | verändern

9. Bayreuther Ökonomiekongress

Von den Besten lernen – 18. & 19. Mai 2017



Dr. Pater Anselm Grün
Benediktinerpater



Holger Beeck
Vorstandsvorsitzender
McDonald's Deutschland LLC



Dr. Elke Eller
Mitglied des Vorstands
TUI Group



Dr. Gregor Gysi
Rechtsanwalt und Politiker



Carsten Kratz
Deutschlandchef
The Boston Consulting Group



Carsten Schmidt
Vors. der Geschäftsführung
Sky Deutschland



Dr. Bettina Volkens
Vorstandsmitglied
Deutsche Lufthansa AG



André Schwämmlein
Founder & Managing
Director FlixBus

Kongress-Highlights

- Größte Wirtschaftskonferenz universitären Ursprungs in Europa
- Über 25 Referenten
- Rund 1300 Führungskräfte von heute und morgen
- **Karriereprogramm und IT-Karriereprogramm mit exklusivem Kennenlernen von Referenten**

Ihre Vorteile

- Exklusive Vorzugskonditionen für Studierende mit Zugang zu allen Keynotes, Vorträgen und Foren
- Teilnahme-/ Weiterbildungszertifikat für den Lebenslauf
- Zugang zur exklusiven Sponsoren- und Recruiting-Messe
- „All Inclusive“ Verpflegung an beiden Tagen mit großem Mittags-Buffet und einer Vielzahl an Snacks, einem Weißwurstfrühstück sowie Versorgung durch unsere Partner McCafé
- Kostenloser Lebenslauf-Check
- Kostenfreie Möglichkeit, hochwertige Bewerbungsfotos anfertigen zu lassen
- Gewinnspiel mit der Chance auf attraktive Preise

www.oekonomiekongress.de

Leo Club Bayreuth «Grüner Hügel» presents

Night

of the

Profs

SAMSTAG 29.04.17
ROSENAU

MIT

PROF. DR. BEGEMANN
PROF. DR. GERMELMANN
PROF. DR. LESCHKE
PROF. DR. NAPEL
PROF. DR. SCHLÜCHTERMANN
SUPPORT: DJ JASON T.

UNTERSTÜTZT DURCH:



1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2017
6. Master...und danach?
7. **Kontakmöglichkeiten**

- **Lehrstuhl BWL III: Marketing** – 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, E-Mail: bwl3@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL VIII: Dienstleistungsmanagement** – Prof. Dr. Herbert Woratschek
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, E-Mail: dlm@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** – Prof. Dr. Bettina Lis
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 152, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6111, Fax +49 (0) 921 – 55-6112
Internet: www.abwl.uni-bayreuth.de, E-Mail: abwl@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIV: Innovations- und Dialogmarketing** – 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, E-Mail: bwl14@uni-bayreuth.de
- **Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** - Prof. Dr. Maximilian Röglinger
Wittelsbacherring 10, 95444 Bayreuth
Telefon: +49 921 55-4710, Fax: +49 921 55-84-4710
Internet: www.wpm.uni-bayreuth.de, E-Mail: maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
- **Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen** – Prof. Dr. Tim Kessler
Universitätsstr. 30, Gebäude B9, Raum 14, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-2819
Internet: www.itm.uni-bayreuth.de, E-Mail: tim.kessler@uni-bayreuth.de
- **Juniorprofessur für Medienmanagement, insbesondere Sportmedien** – Prof. Dr. Reinhard Kunz
Geschwister-Scholl-Platz 3 (Gebäude GSP), 2. OG, Raum 0.1 02 431.2+3, 95445 Bayreuth
Telefon: +49 (0) 921 – 55-5060 & -5061
Internet: www.medienmanagement.uni-bayreuth.de, E-Mail: medienmanagement@uni-bayreuth.de
- *Ansprechpartner für die Durchführung der MuSe-Informationsveranstaltung ist Herr Dr. Matthias J. Kaiser (BWL XIV)*

Hinweis:

- Bitte informieren Sie sich auch auf der MuSe-Portalseite unter www.muse.uni-bayreuth.de
- Jede hier aufgeführte Lehrstuhleinheit bietet zudem einen eigenen Newsletter zu aktuellen Nachrichten – bitte eintragen!