

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

12.04.2016 (Sommersemester 2016)

14:15 – 15:45 Uhr, H22 (RW II)

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 2016
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)



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



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



Dr. Ines Daniel
(LS Innovations- und Dialogmarketing,
extern)



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



Dr. Bastian Popp
(LS Dienstleistungsmanagement)



Dr. Alexandra Rese
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



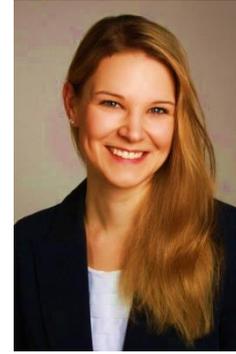
Dr. Alexander Sänn
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Carmen Back
Sekretariat
(LS Dienstleistungsmanagement)



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



Larissa Diekmann
Bachelor of Science
(LS Marketing)



Jörgen Eimecke
Master of Science
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Maximilian Fischer
Master of Science
(LS Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)



Alina Geiger
Master of Science
(LS Marketing)



Brigitte Goßler
Sekretariat
(LS Allgemeine
Betriebswirtschaftslehre)



Johanna Held
Master of Arts
(LS Marketing)



Markus Buser
B.Sc. SpOec
(LS Dienstleistungsmanagement)



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



Johanna Mühlbeyer
Master of Science
(LS Dienstleistungsmanagement)



Joschka Mütterlein
Master of Arts
(JP Medienmanagement,
insb. Sportmedien)



Pablo Neder
Dipl.-Kaufmann
(LS Marketing)



Michael Stadelmann
Dipl.-Gesundheitsökonom
(LS Dienstleistungsmanagement)



Maximilian Stieler
Dipl.-Sportökonom
(LS Marketing)



Kristin Suckau
Dipl.-Kauffrau
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS Marketing)



Friederike Weismann
Master of Arts
(LS Marketing)



Sabine Winkler
Sekretariat
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Hakan Yilmaz
Master of Arts
(LS Dienstleistungsmanagement)



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)

Gastprofessoren im Arbeitsschwerpunkt MuSe



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



Prof. André Richelieu
(Université Laval, Quebec, Canada)



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. Marijke Taks
(University of Windsor, Canada)

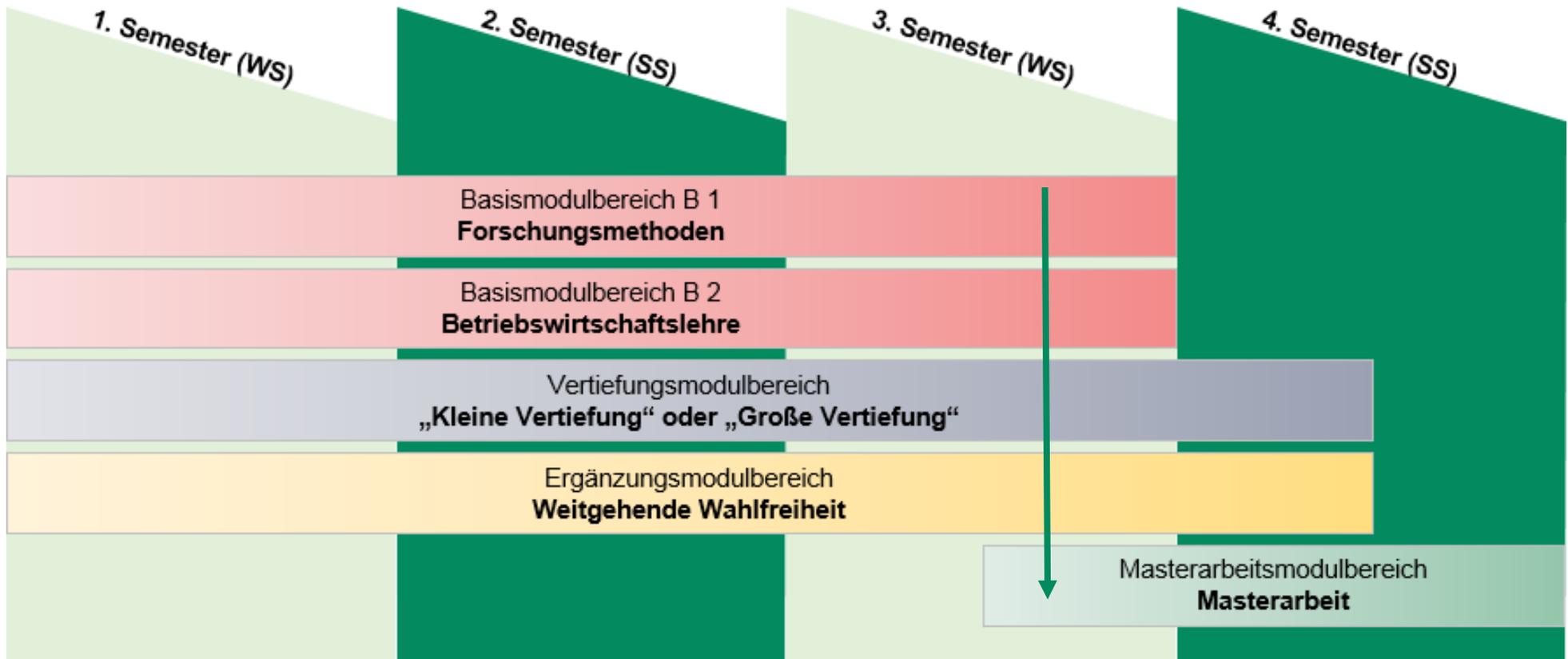


Prof. Björn Walliser
(Université de Lorraine, Nancy, France)



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

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2016
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



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;"> max. 24 LP aus: <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 </div>
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden Empfehlung: 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		

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: <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 Empfehlung: 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		

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 1384 458" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1398 365 2001 458" style="text-align: center;"> Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 465 1384 579" style="text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="1398 465 2001 1079" rowspan="5" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> max. 24 LP aus: <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="327 601 851 765" style="text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </td> <td data-bbox="866 601 1384 765" style="text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 779 851 936" style="text-align: center;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing </td> <td data-bbox="866 779 1384 936" style="text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 951 1384 1079" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u>) </td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus: <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>)	
Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services												
Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus: <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>)														
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden Empfehlung: 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													

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2016
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	<p style="text-align: center;">Marketing</p> <div data-bbox="343 646 1152 803" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div data-bbox="343 839 1152 996" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> Marketing B: Corporate Commu- nication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing </div> <div data-bbox="343 1018 2001 1132" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </div>	<p style="text-align: center;">Dienstleistungs- management</p> <div data-bbox="1183 646 2001 803" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing </div> <div data-bbox="1183 839 2001 996" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulbereich A A-1-2: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (bis zu 11 LP)	

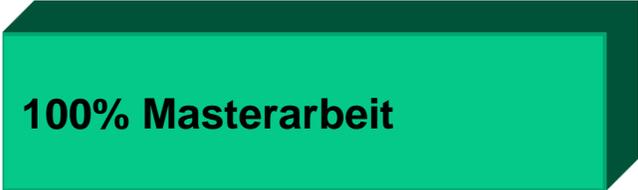
1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. **MuSe-Besonderheiten**
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2016
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Autonome Masterarbeit



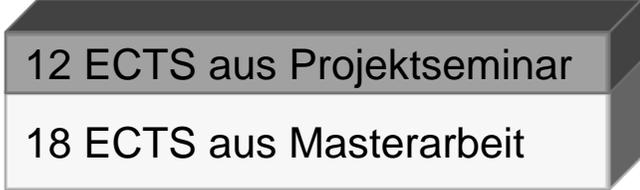
30 ECTS

- 24 Wochen
- Note:



100% Masterarbeit

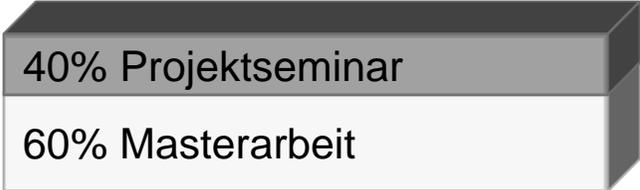
Integrierte Masterarbeit



12 ECTS aus Projektseminar

18 ECTS aus Masterarbeit

- 16 Wochen
- Note:



40% Projektseminar

60% Masterarbeit

- 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.



Anrechnungsmodalitäten (I)

- Beginnend mit dem Sommersemester 2015 wird die Veranstaltung „Grundlagen Marketing- und Dienstleistungsmanagement“ (M-DLM) von folgenden Lehrstühlen angeboten:
 - **Innovations- und Dialogmarketing** (Prof. Dr. Daniel Baier),
 - **Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
 - **Marketing**, voraussichtlich ab Sommersemester 2017 (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
- Die Veranstaltung M-DLM ersetzt die bisher vom Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement angebotene Veranstaltung „Grundlagen des Dienstleistungsmanagements“.
- Voraussichtlich ab SoSe 2017 ersetzt M-DLM auch die Veranstaltung „Strategisches Marketing“ des Lehrstuhls für Marketing.

Anrechnungsmodalitäten (II)

- Bis zu diesem Zeitpunkt, d.h. dem Zeitpunkt ab dem auch Inhalte aus „Strategisches Marketing“ in M-DLM eingehen, gelten folgende Anerkennungsmöglichkeiten:
 - Die Veranstaltung M-DLM kann im Master BWL im Ergänzungsmodulbereich als Modul „G-7 Grundlagen Marketing- und Dienstleistungsmanagement“ eingebracht werden, sofern die Veranstaltung „G-11 Grundlagen des Dienstleistungsmanagements“ noch nicht im Bachelorstudium eingebracht wurde bzw. sofern die Veranstaltung M-DLM nicht als Auflage zur Zulassung zum Master Studiengang BWL erforderlich war.
 - Die Veranstaltung M-DLM kann im Master Sportökonomie im Bereich „D: Ergänzungsmodulbereich“ als „D-3 Veranstaltung aus dem Fächerkanon Betriebswirtschaftslehre“ eingebracht werden, sofern die Veranstaltung „B-4-1 Grundlagen Dienstleistungsmanagement“ noch nicht im Bachelorabschluss eingebracht wurde bzw. sofern die Veranstaltung M-DLM nicht als Auflage zur Zulassung zum Master Studiengang Sportökonomie erforderlich war.
- Ab dem Zeitpunkt, an dem auch Inhalte aus „Strategisches Marketing“ in M-DLM eingehen (voraussichtlich SoSe 2017) kann M-DLM grundsätzlich nur noch eingebracht werden, sofern nicht parallel „Strategisches Marketing“ eingebracht wird bzw. bereits im Bachelorstudium eingebracht wurde.

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. **Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2016**
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl BWL III - Marketing

Prof. Germelmann & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing A: Konsumentenverhalten (Consumer Behaviour) Vorlesung: Ashworth (in Englisch)	V 3-1	B-1-1
Hauptseminar im Marketing Seminar: Darke (in Englisch)	V 3-3	B-1-6
Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt „Standort-Marketing“ Neder (Kick-Off Veranstaltung am 21. April; stark begrenzte Teilnehmerzahl – Bewerbung erforderlich)	B 1-6	D-3 / E-2 nach Absprache
Projektseminar „Methoden der Datenerhebung und multivariaten Datenanalyse“ Diekmann / Geiger (Erste Veranstaltung am 18. April; Anmeldung erforderlich)	B1-1.1	D-3 / E-2 nach Absprache
Gastvorlesung: Sensory Marketing Biswas (in Englisch)	V 3-5	D-3 / E-2 nach Absprache

- **Zielgruppe:** Engagierte Studierende (M.Sc.) mit Interesse an strategischem Marketing; Marktforschung und Unternehmensberatung
- **Aufgaben (alle Aufgabenschritte werden intensiv betreut):**
 1. Definition und Einordnung „Standort-Marketing“
 2. Empirie: Theoretische Entwicklung und empirische Überprüfung eines Push-Pull-Mooring Modells für High Potentials
 3. Strategie für das Standort-Marketing der Stadt Bayreuth ableiten
 4. Report erstellen und im Arbeitskreis „Bayreuth International“ (Verantwortliche des Standort-Marketings; OB; Unternehmer und Unternehmensvertreter der wichtigsten Arbeitgeber in Bayreuth) präsentieren

→ *Sie erhalten ein persönliches Zeugnis für die Teilnahme (inkl. erledigter Aufgaben etc.)*
- **Anmeldung:** Schriftliche Bewerbung an pablo.neder@uni-bayreuth.de mit kurzem Motivationsschreiben, Bachelor-Zeugnis, aktuellem Noten-Auszug und Lebenslauf
Frist: Montag, 18.04.2016, 12.00 Uhr
- **Ablauf und feste Termine:**
 - Kick off: Donnerstag, 21.04.2016, 9:30 Uhr (Raum 2.169 RW I)
 - Mehrere feste sowie projektgruppenindividuelle Termine
 - Abschlusspräsentation im Juli vor dem Arbeitskreis „Bayreuth International“

Sponsorship-linked Marketing

- What?
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: 14.03.2016 bis 14.05.2016
- 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, Diplom)
- 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 Vorlesungsverzeichnis**
- Termine (das Proseminar wird **2x pro Semester** angeboten): zweitägige Blockveranstaltung am **2. (14-18 Uhr) und 3. Mai (9-13 Uhr)** sowie eintägige Blockveranstaltung am **8. August (9-20 Uhr)** (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
Seminar: Universitäre Forschung und Lehre durch Dienstleistungen erleben - die Entwicklung eines Konzeptes für die Universität Bayreuth S: Woratschek, von Lingen, Stadtelmann, Kaiser – läuft bereits	V 8-3	B1-7
Angewandte Marktforschung im Dienstleistungsmanagement PS: Woratschek, Ströbel, Kaiser – läuft bereits (über zwei Semester, Beginn WS 2015/16), Teil II	B 1-1.3/M-2	D3/E-2
Wert im Dienstleistungsmanagement VL: Woratschek, Mühlbeyer, Di 14-16 Uhr, H25 Ü: Stadtelmann, Kaiser, in 4 Gruppen nach Ankündigung	V 8-1 (DLM A)	B-1-3
Seminar: Theory and Practice of Contemporary Marketing S: Brodie, Blockveranstaltung, zwischen 09.06. und 17.06.2016	V 8-3	B1-7
Business Etikette V: Thammer, Blockveranstaltung, zwischen 31.05. und 02.06.2016	Ergänz.	D
DLM/SMV: Social Media in Sports V: Santomier, Blockveranstaltung, zwischen 23.05. und 27.05.2016	Ergänz.	A-1-5/D

Anmeldung
in Campus-
Online bis
eine Woche
vor Klausur

Anmeldung mit Hinterlegung
eines Pfands von 25 €
von 11.04.2016 bis 13.04.2016
über qualtrics.

Anmeldung mit Hinterlegung eines Pfands von 25 € von 11.04.2016 bis 13.04.2016 über qualtrics.

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
DLM/SMV: Socio-Economic Aspects of Sport and Leisure V: Taks, Blockveranstaltung, zwischen 03.05. und 20.05.2016	Ergänz	A-1-5/D
DLM/SMV: Risk Management in Sport V: Ridpath, Blockveranstaltung, zwischen 30.05. und 08.06.2016	Ergänz	A-1-5/D
DLM/SMV: Strategic Planning and Management in Tourism V: Sheehan, Blockveranstaltung, zwischen 09.05. und 13.05.2016	Ergänz.	A-1-5/D
DLM/SMV: Global Integrated Marketing Communication Principles V: Wilson, Blockveranstaltung, zwischen 27.06. und 30.06.2016	Ergänz.	A-1-5/D
DLM/SMV: Unternehmensplanung und Sportmarketing V: Pastowski, Blockveranstaltung, 09.05. und 03.06.2016, jeweils 9-19 Uhr + zusätzlich noch abzustimmende Abendveranstaltung	Ergänz	A-1-5/D
DLM/SMV: Fundamentals of Sport Marketing V: Yilmaz, Blockveranstaltung, 19./20.04., 26./27.04.16, 03./04.05., 10./11.05., 18.05., 24./25.05., 31.05. & 01.06., jeweils 10-12 Uhr	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



Prof. Dr. Bettina Lis
Lehrstuhlinhaberin

Gebäude RW I

Raum 1.0 02 152

E-Mail:
abwl@uni-bayreuth.de



Maximilian Fischer M.Sc.

Gebäude RW I

Raum 1.0 02 153

E-Mail:
maximilian1.fischer@uni-
bayreuth.de



Sandra Ziewiecki

Gebäude RW II

Raum 0.46.1

E-Mail:
sandra.ziewiecki@uni-
bayreuth.de

Veranstaltungen für Master BWL und Master Sportökonomie im Sommersemester 2016

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Corporate Social Responsibility Vorlesung: Lis Mittwochs von 10-12 Uhr, 20.04. - 06.07.2016, H 19 (NW II)</p>	Ergänz.	D-3
<p>Fallstudienmasterseminar für die Vertiefung Marketing „Strategische Managemententscheidungen bei Medienunternehmen in Zeiten des digitalen Wandels“</p> <p>Anmeldefrist: 11.04 - 15.04.2016 per Mail an maximilian1.fischer@uni-bayreuth.de Einführungsveranstaltung mit Themenvergabe: am Mittwoch, den 27.04.2016, 18 -20 Uhr; Abgabe der schriftlichen Fallbearbeitung: am Donnerstag, den 09.06.2016, bis 12 Uhr im Sekretariat.</p> <p>Präsentationstermin: Freitag und Samstag, 24 - 25.06.2016, 8:30 - 18:00 Uhr;</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 12.04.2016 Ü: Mo., 16:15-17.45 Uhr, H 21, ab 25.04.2016 (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> 	als V 3-2b (Marketing B) anrechenbar	als B-1-2 (Marketing B) anrechenbar
<p>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“ (Baier) V: Fr., 10:15-11:45 Uhr, CIP-Pool B9, ab 22.04.2016 Anmeldung erforderlich (im Sekretariat B9, R20, Mo-Do 8-11 Uhr)</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> 	als B 1-6 anrechenbar	als D-3 anrechenbar

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Baier) <i>Anmeldung bereits abgeschlossen</i>	als V 3-3 / V 8-3 anrechenbar	als B-1-6 / B-1-7 anrechenbar
Projektseminar Marktforschungsmethoden im Innovations- und Dialogmarketing , Beginn: SoSe 2016 (Kaiser) <i>Anmeldung noch möglich</i> (im Sekretariat BWL XIV, B9, Zi.20, Mo-Do 9-11 Uhr)	B1-1 anrechenbar	als D-3 / E-2 Nach Absprache

...weiteres Hauptseminar vorhanden – allerdings nur für Gesundheitsökonomien studierbar...



Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement

Prof. Kessler & Team

■ **Management of Product-Service Systems**

- V: Di. 14-16 Uhr, S 61 (Start 19.04.), Ü: Do. 12-14 Uhr, S 64 (Start 21.04.)
- **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 Netzwerken

■ **Wie ist die Veranstaltung aufgebaut?**

- Vorlesung in englischer Sprache, Gast-Vorlesung Daimler AG
- 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: 12.04., 16 Uhr, S 44, RW II, Zwischenpräsentation: 25.05., Abschlusspräsentation: 06.07.2016 – Anmeldung noch bis 14.04. 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
- The future of mobility
- **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>Management von digitalen Medien V: Kunz Mi 10-12 Uhr, S 61 (RW I)</p>	Erg.	D-3
<p>Management von digitalen Medien Ü: Bauhofer & Mütterlein Di 12-14 Uhr, S 61 (RW I)</p>	Erg.	D-3
<p>Marktorientierte Unternehmensführung in der Medienbranche HS: Kunz & Mütterlein Kick-off: Fr 26.01., 16-20 Uhr, S 57 (RW I) <i>läuft bereits – keine Anmeldung mehr möglich</i></p>	Erg.	D-3
<p>Interdisziplinäres Oberseminar und Kolloquium im Medienmanagement (u. a. für KandidatInnen von Masterarbeiten) Kunz & Kollegen, jeweils 13-18 Uhr, Raum (tba) Termine: u.a. Mi 27.04., 15.06., 06.07.</p>	fakultativ	fakultativ

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2016
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**	3.517€	2.638€	1.759€
Netto**	2.065€	1.657€	1.213€
Jahres-Brutto** ***	43.967€	32.975€	21.984€

* 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

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2016
6. Master...und danach?
7. **Kontaktmöglichkeiten**

- **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: c.c.germelmann@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: bettina.lis@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: daniel.baier@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