

---

## Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)

### Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester.

- Sommersemester: Januar (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und April (zweite Woche der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Oktober (zweite Woche der Vorlesungszeit)
- 

### Notwendige Bewerbungsunterlagen

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter dem **Betreff „Bewerbung Abschlussarbeit“** per Mail bitte an Mario Kaiser, M.Sc.:

**muse@uni-bayreuth.de**

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **vier getrennte Dokumente** anhängen):

1. Aktueller **CampusOnline-Notenauszug** (Benennung: Noten\_Nachname\_Vorname.pdf)
  2. **Lebenslauf** (Benennung: CV\_Nachname\_Vorname.pdf)
  3. **Motivationsschreiben** für das eine (!) Thema mit Ihrer höchsten Präferenz (Max. 200 Wörter; keine spezielle Formatierung notwendig; Benennung: MS\_Nachname\_Vorname.pdf)
  4. **Bewerbungsformular**: Finden Sie unter <http://www.muse.uni-bayreuth.de/de/lehre/Abschlussarbeiten/index.html>
- Das ausgefüllte Bewerbungsformular ist wie folgt zu benennen:  
Art der Abschlussarbeit (BA; MA; WIWIZ); Nachname; Vorname  
Bsp.: **BA\_Mustermann\_Lisa.pdf**

**Bewerbungen, die nicht diesem Format entsprechen, können aufgrund der automatisierten Auswertung leider nicht berücksichtigt werden.**

Bewerbungen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie WiWiZ-Abschlussarbeiten werden bis zum **7. Februar 2018 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „vergeben“ gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich.

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen **ca. (!)** zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir im Vorfeld der Themenvergabe **nicht immer zeitnah Auskünfte zu allen Themen geben können**. Alle Themen sind daher so formuliert, dass der Arbeitsauftrag deutlich wird. Sollten Sie dennoch Fragen zu bestimmten Themen haben, werden diese von den jeweiligen Mitarbeitern (siehe Themenübersicht: „Kontaktperson“) ausschließlich im Rahmen ihrer Sprechstunden beantwortet. Bitte wenden Sie sich dafür per Mail mit einer Terminanfrage an den entsprechenden Betreuer. Fragen, die Sie per Mail an den Betreuer richten, werden ausdrücklich nicht beantwortet, da per Mail aus Kapazitätsgründen keine ausführliche Beratung möglich ist.

## Themenübersicht

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Techniken zur Steigerung des WOM bei Place Brands	BWL III	Dr. Neder	Bereits vergeben
2	Das leuchtende Rot des Apfels - Entscheidungskriterien und Einflussfaktoren bei der Wahl von Lebensmitteln	BWL III	Weismann	07.02.2018
3	Nährwertabelle, Nährstoffampel und Co. - Der Einfluss der Präsentation von Nährstoffangaben auf den Lebensmittelkonsum	BWL III	Weismann	07.02.2018
4	Das schaut sich doch niemand an! – Influencer Marketing in sozialen Medien aus Sicht der Persuasionsforschung	BWL III	Föhr	07.02.2018
5	Markenstrategische Gefahren des Influencer Marketings	BWL III	Föhr	07.02.2018
6	Hey, Siri! – Digitale Assistenten im Marketing (State of the Art)	BWL III	Föhr	07.02.2018
7	State-of-the-art des Volunteer Managements im Sport	BWL III	Stieler	07.02.2018
8	Celebrities, Endorsers & Human Brands und ihr Einsatz im Marketing	BWL III	Stieler	07.02.2018
9	„Sag‘ nichts!“ – Implizite Messmethoden in der Konsumentenverhaltensforschung zur Gewinnung von Customer Insights	BWL III	Schreder	07.02.2018

10	Geteilte Aufmerksamkeit und Werbewirkung: Konsumenten und ihr Second Screen	BWL III	Schreder	07.02.2018
11	Relationship Approach im Sportsponsoring - eine literaturgestützte Analyse des State-of-the-Art.	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
12	Soziale Innovationen im Bildungssektor - eine State of the Art-Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
13	Digital-soziale Innovationen - eine State of the Art-Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
14	Customer Engagement im Sport Sponsoring - Eine State of the Art Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
15	Kennzahlen zur Messung von Sponsoring-erfolg	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
16	Vergleich der Ziele im Sponsoring in Sport und Kultur - Eine State of the Art Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
17	Value Capture - eine Analyse des State of the Art	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
18	Einsatz von Kommunikationsinstrumenten in Coworking Spaces (empirisch)	BWL XIV	Dr. Rese	07.02.2018
19	Männer und Body Positive Marketing (empirisch)	BWL XIV	Dr. Rese	07.02.2018
20	Ideenfindung für neue Produkte im Internet: Vor- und Nachteile neuer Verfahren	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018
21	Konzeptgestaltung für neue Produkte mittels Maximum Difference Scaling: Grundlagen und Anwendungsbeispiel	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018

22	Preisfindung für neue Produkte: Direkte versus indirekte Kundenbefragung im Vergleich	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018
23	Innovative Arbeitswelten - Erfassung des Digitalisierungsgrads von Arbeitsplätzen in KMU	BWL XIV	Dr. Sänn	07.02.2018
24	Die Jobs to be done-Methode zur empirischen Untersuchung im Schuhmarkt	BWL XIV	Dr. Sänn	07.02.2018

## Themen für **Masterarbeiten**

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)

	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Ehrlicher Influencer und Offenlegung – Persua- sion Knowledge und Disclosure im Influencer- marketing	BWL III	Schreder	07.02.2018
2	Kongruenz bei Filmtrailer und -musik	BWL III	Dr. Neder	Bereits vergeben
3	"Schau' mal wo ich gerade bin!" Motive für das WOM bei Place Brands	BWL III	Dr. Neder	07.02.2018
4	Irren ist menschlich - eine empirische Analyse zur Manipulation des subjektiven Wissens	BWL III	Diekmann	07.02.2018
5	Das satte Grün des Salats - eine empirische Analyse zum Verständnis von Frische aus Konsumentensicht	BWL III	Diekmann	07.02.2018
6	Ansteckungseffekte durch Emoticons in der di- gitalen Kommunikation - eine experimentelle Studie	BWL III	Stieler	07.02.2018
7	Exploring Human Brands - eine quantitative Studie bei Sportlern	BWL III	Stieler	07.02.2018
8	Sport sponsorship as business network - a lit- erature review (in englischer Sprache)	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
9	Towards Designing Brand Platforms: An Ex- ploratory Study in the Sports Industry	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bereits vergeben
10	Business Model Transformation in the Trans- portation Industry - A Systemic Approach	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bereits vergeben

11	Service Design als Treiber für soziale Innovationen aus der Perspektive der Service-Dominant Logic	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
12	Diffusion von sozialen Innovationen: Eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
13	Soziale Innovationen als Treiber von nachhaltigen Geschäftsmodellen: Eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	07.02.2018
14	Sponsoring Engagement und ökonomischer Erfolg	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bereits vergeben
15	Management von Coworking Spaces? (empirisch)	BWL XIV	Dr. Rese	07.02.2018
16	Kategorisierungsansätze von Bildern am Beispiel von Body Positive Marketing	BWL XIV	Dr. Rese	07.02.2018
17	Sentimentanalyse von Online-Bewertungen mittels Deep Learning. Verfahren in R: Grundlagen und Anwendungsbeispiel	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018
18	Konzeptgestaltung für neue Produkte mittels Adaptiver Choice Based-Conjointanalyse: Grundlagen und Anwendungsbeispiel	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018
19	Erfolgsprognose im Kundenkontakt mittels Diskriminanzanalyse, Entscheidungsbäumen und Deep Learning: Grundlagen und Anwendungsbeispiel	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018
20	Akzeptanz von Chatbots in der Kundenkommunikation: Grundlagen und Anwendungsbeispiel	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018

21	Digitale Innovationen - Empirische Erfassung von Stress durch digitale Innovationen in KMU	BWL XIV	Dr. Sänn	07.02.2018
22	Innovationen in der Landwirtschaft - von der Idee zum Absatzmodell am Beispiel des Projekts AUFWERTEN	BWL XIV	Dr. Sänn	07.02.2018



Themen für **WiWiZ-Abschlussarbeiten** (Juristische Hausarbeit)

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die WiWiZ-Abschlussarbeiten nicht empirisch)

	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Einkaufen per Sprachbefehl: Rechtliche Aspekte des Daten- und Verbraucherschutzes bei der Benutzung digitaler Assistenten	BWL III	Föhr	07.02.2018
2	Die Bedeutung von Haltbarkeitsdaten für die Lebensmittelverschwendung auf Konsumentenebene	BWL III	Diekmann	07.02.2018
3	eSports und Gemeinnützigkeit - rechtliche Rahmenbedingungen und wirtschaftliche Konsequenzen (Kenntnisse in Steuerrecht wünschenswert) "	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Prof. Dr. Heermann	07.02.2018
4	Künstliche Intelligenz im Vertrieb: Ethische und rechtliche Grundsätze	BWL XIV	Prof. Dr. Baier	07.02.2018