
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 Ende April (zu Beginn der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Ende Oktober (zu Beginn 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 **22. Juli 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.

+++ Bitte beachten: Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten +++

Für alle Studierenden, die in diesem oder kommenden Semester ihre Seminar-, Bachelor-, WiWiZ- oder Masterarbeit am Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten), am Lehrstuhl BWL VIII (Marketing & Dienstleistungsmanagement) oder am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar findet an **folgendem Termin** statt:

Donnerstag, 26. Juli 2018, 8.00 – 13.00 Uhr (S59 im RW I) und

Freitag, 27. Juli 2018, 8.00 – 13.00 Uhr (S59 im RW I).

Den vollständigen Aushang finden Sie hier: http://www.marketing.uni-bayreuth.de/pool/dokumente/2018-07-03_Proseminar_SS18_2.pdf

Themenübersicht

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Begeisterungseigenschaften von Sport- schuhen	BWL III	Dr. Neder	Bereits ver- geben
2	Digitales Employer Branding: Wie bewerten Candidates den Aussagegehalt von Arbeitge- ber-Reviews?	BWL III	Dr. Neder	22. Juli 2018
3	Unboxing Magic Moments - mit Design Thin- king zu neuen Verpackungsideen (bitte unbedingt Aushang (BWL III) vom 11.06 beachten bzw. sich vor der Bewerbung bei Dr. Neder melden)	BWL III	Dr. Neder	22. Juli 2018
4	Too Good To Go, MealSafer & Co. - Analyse digitaler Assistenten zur Reduzierung der Le- bensmittelverschwendung auf Konsumenten- ebene	BWL III	Diekmann	22. Juli 2018
5	Rot, grün, blau - Wirkung von Farben im Le- bensmittelmarketing	BWL III	Diekmann	22. Juli 2018
6	Informationsverarbeitungsprozesse bei hedon- ischen und utilitaristischen Kaufentschei- dungen	BWL III	Schreder	22. Juli 2018
7	Kategorisierung und Operationalisierung von Unterbrechungen (State-of-the-Art)	BWL III	Schreder	22. Juli 2018

8	Zufriedenheit mit Kaufentscheidungen - Einflussfaktoren, Outcomevariablen und Skalenvergleich	BWL III	Schreder	22. Juli 2018
9	Ansätze der Zielgruppenbeschreibung und -segmentierung - State of the Art	BWL III	Weismann	22. Juli 2018
10	Beschreibung und Klassifizierung von Organisationskulturen	BWL III	Weismann	22. Juli 2018
11	Ethische Grenzen des Nudgings - Im Spannungsfeld zwischen unbewusster Entscheidungshilfe und Manipulation	BWL III	Weismann	22. Juli 2018
12	Eine theoretische Aufarbeitung des Actor Engagement Konzepts und die Übertragung in den Kontext Sportsponsoring	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
13	Kooperationen und Netzwerke bei sozialen Innovationen	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
14	Value Capture - eine literaturgestützte Analyse des State-of-the-Art	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
15	Geschäftsmodell eines Sportvereins - Der Fall medi Bayreuth	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018

Themen für **Masterarbeiten**

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

	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Dark Social Media: Chancen und Risiken für das Digitale Marketing	BWL III	Prof. Dr. Germelmann	22. Juli 2018
2	Entrepreneurship-Ecosystems: Management des internen Wissenstransfers	BWL III	Dr. Neder	22. Juli 2018
3	Laien-Theorien und Erwartungen von Managern gegenüber 3D-Druck (Praxiskooperation)	BWL III	Dr. Neder	Bereits vergeben
4	Die Relevanz von Arbeitgeber-Reviews für die Attraktivität der Employer Brand	BWL III	Dr. Neder	22. Juli 2018
5	Männer vs. Frauen - Eine empirische Analyse zum Einfluss des Geschlechts auf die wahrgenommene Kontamination von Lebensmitteln	BWL III	Diekmann	22. Juli 2018
6	Das Coffee-to-go-Becher-Dilemma - Eine empirische Analyse zur Auswirkung der wahrgenommenen Verschmutzung durch Coffee-to-go-Becher auf die Wahrnehmung der Marke	BWL III	Diekmann	22. Juli 2018
7	Fluch oder Segen - Eine empirische Analyse zum Einfluss der Verpackung auf das Frische-Erlebnis von Lebensmitteln	BWL III	Diekmann	22. Juli 2018
8	Spezifisches Persuasionswissen von Social Media-Nutzern - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	22. Juli 2018
9	Konsumentenskepsis gegenüber smarten Technologien - Eine empirische Analyse am Beispiel von Smart Speakern	BWL III	Föhr	22. Juli 2018

10	Unterbrechungen und Risikobereitschaft - die Rolle von Re-Exposure	BWL III	Schreder	22. Juli 2018
11	Bedeutung von Kommunikations- und Konfliktmanagementinstrumenten für Nutzer von Coworking Spaces	BWL XIV	Dr. Rese	22. Juli 2018
12	Anforderungen an das Management von Coworking Spaces aus der Sicht der Nutzer	BWL XIV	Dr. Rese	22. Juli 2018
13	Kategorisierungsansätze von Bildern am Beispiel von Body Positive Marketing	BWL XIV	Dr. Rese	22. Juli 2018
14	Zeitliche Analyse unternehmensübergreifender Zusammenarbeit bei Innovationen	BWL XIV	Dr. Rese	22. Juli 2018
15	Die Einstellung von Sportzuschauern zu Sponsoren - Eine empirische Analyse von Eintracht Frankfurt und Indeed	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bereits vergeben
16	Social Business Platforms: eine Videographische Analyse	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	
17	Geschäftsmodell einer Sportliga - Der Fall Basketball Bundesliga	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	

weitere Abschlussarbeiten (Master) auf der nächsten Seite

In Kooperation mit der University of Auckland und verschiedenen Praxispartnern schreibt der Lehrstuhl für Marketing und Service im Rahmen des Forschungsprojektes „Emerging Markets in Sports“ verschiedene Abschlussarbeiten aus. Im Fokus des Forschungsprojekts stehen dabei die historische Entwicklung von verschiedenen Plattformen im Fußball, wie der Fußball-Bundesliga sowie aktuell entstehende und innovative Plattformen, wie die virtuelle Bundesliga oder Fantasy Sports. Zudem gehen wir der Frage nach, welche Akteure und Institutionen die Entwicklung neuer Märkte prägen?

18	Emerging Markets in Sports - Der Fall FC Schalke 04	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
19	Emerging Markets in Sports - Der Fall FC Bayern München	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
20	Emerging Markets in Sports - Der Fall BFV (Bayerischer Fußball-Verband)	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
21	Emerging Markets in Sports - Der Fall DFB (Deutscher Fußball Bund)	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
22	Emerging Markets in Sports - Der Fall UEFA (Union of European Football Associations)	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018
23	Emerging Markets in Sports - Der Fall DFL (Deutsche Fußball Liga)	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	22. Juli 2018

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

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

	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Analyse verhaltenswissenschaftlicher und rechtlicher Hintergründe der Verwendung überschüssiger Lebensmittel	BWL III	Diekmann	22. Juli 2018