
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 **7. November 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, 29. November 2018 und **Freitag, 30. November 2018**.

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte den Aushängen des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten.

Themenübersicht

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Die Einzigartigkeit von Markenpositionierungen bei KMUs - eine Inhaltsanalyse	BWL III	Dr. Neder	Bis 7. November 2018
2	Praxiskooperation mit e.on: Unboxing Magic Moments - mit Design Thinking zu neuen Verpackungsideen (bitte unbedingt Aushang (BWL III) vom Oktober beachten und sich vor der Bewerbung bei Dr. Neder melden)	BWL III	Dr. Neder	Bis 7. November 2018
3	Beschreibung und Klassifizierung von Organisationskulturen	BWL III	Weismann	Bis 7. November 2018
4	Smarte Lautsprecher und digitale Sprachassistenten in der Forschung - Eine Literaturanalyse	BWL III	Föhr	Bis 7. November 2018
5	Reduce, Reuse, Recycle - Bestimmungsfaktoren des Recyclingverhaltens von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 7. November 2018
6	Marshmallows & Marketing: Der Einfluss von Wartezeiten auf die Begehrlichkeit von Produkten	BWL III	Schreder	Bis 7. November 2018
7	Stop it! Unterbrechungen im Kaufentscheidungsprozess und ihre Relevanz für das Marketing	BWL III	Schreder	Bis 7. November 2018
8	Analytic vs. holistic thinkers: Wer trifft die besseren Konsumententscheidungen?	BWL III	Schreder	Bis 7. November 2018

9	Service Ecosystems in Marketing Literatur - an Overview (die Arbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden)	BWL III	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 7. November 2018
10	The Role of Engagement Platforms within a Service Ecosystem - a Theoretical and Practical Perspective (die Arbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden)	BWL III	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 7. November 2018
11	Akzeptanz von Aktivierungsmaßnahmen im Sportsponsoring - Eine theoretische und empirische Analyse	BWL III	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bereits vergeben
12	"Where was that photo taken?" - Impacts of social media on tourism	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bereits vergeben
13	Organisationales Kaufverhalten - Eine theoretische Analyse des Buying Center Konzepts	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 7. November 2018
14	How to assess a journal's scientific quality? - Ein theoretischer Vergleich von umfrage- und zitationsbasierten Journal Rankings (deutschsprachig)	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 7. November 2018
15	Merchandising im Sport - Eine Analyse des State-of-the-Art in theorie und Praxis	BWL VIII	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 7. November 2018
16	Stirbt der stationäre Handel? Möglichkeiten zur Digitalisierung des stationären Einkaufs im Ländervergleich Deutschland – China.	BWL XIV	Brand	Bis 7. November 2018
17	Aktuelle Trends im Cross-Border eCommerce – Eine Analyse des State-of-the-Art.	BWL XIV	Brand	Bis 7. November 2018
18	Ursachen für Retouren im eCommerce und potentielle Lösungsansätze.	BWL XIV	Brand	Bis 7. November 2018

19	Innovation in der Cloud – Die Bedeutung von Slack, Trello und Co.	BWL XIV	Kopplin	Bis 7. November 2018
20	Innovative Unternehmen durch innovative Software – Eine topografische Untersuchung.	BWL XIV	Kopplin	Bis 7. November 2018
21	Der Einsatz von Software zur Teamkommunikation am Beispiel von Slack.	BWL XIV	Kopplin	Bis 7. November 2018
22	Werden Chatbots in der Zukunft unsere Arbeitsplätze wegnehmen? – ein praxisbezogener Literaturüberblick.	BWL XIV	Le- wandowska	Bis 7. November 2018
23	Conversational User Interface – für welche Zielgruppe werden Chatbots und digitale Sprachassistenten interessant?	BWL XIV	Le- wandowska	Bis 7. November 2018
24	Kundenkommunikation im digitalen Zeitalter – Grundlagen und Anwendungsbeispiele.	BWL XIV	Le- wandowska	Bis 7. November 2018

Themen für **Masterarbeiten**

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

	Titel	Lehrstuhl	Kontaktperson	Bewerbung möglich
1	„Get up your ass, you wonderful future manager!": Social Identity Nudges im Gesundheitsmarketing	BWL III	Prof. Dr. Germelmann	Bis 7. November 2018
2	"Das macht 300 kcal!" Mit Information-Nudges die Bewegung im universitären Alltag fördern?	BWL III	Prof. Dr. Germelmann	Bis 7. November 2018
3	Management von Entrepreneurship-Mindsets in Unternehmen	BWL III	Dr. Neder	Bis 7. November 2018
4	Spezifisches Persuasionswissen von Social Media-Nutzern - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 7. November 2018
5	Haustier oder Butler? - Eine empirische Analyse von Nutzerinteraktionen mit digitalen Sprachassistenten	BWL III	Föhr	Bis 7. November 2018
6	Persuasive Technologien im Sport - Eine empirische Analyse am Beispiel von Zwift	BWL III	Föhr	Bis 7. November 2018
7	Bedeutung des Merchandising im Breitensport am Beispiel eines Sportvereins	BWL XIV	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 7. November 2018
8	Bedeutung des Merchandising im Freizeitsport am Beispiel der Wilden Liga Bayreuth	BWL XIV	Prof. Dr. Woratschek & Team	Bis 7. November 2018
9	Der chinesische Onlineshopper – Ermittlung kaufentscheidungsrelevanter Unterschiede zum deutschen Onlinekunden.	BWL XIV	Brand	Bis 7. November 2018

10	Bevorzugte Möglichkeiten der Personalisierung beim eCommerce im deutsch-chinesischen Vergleich.	BWL XIV	Brand	Bis 7. November 2018
11	Agile (Neu-)Produktplanung – Eine Simulation mit Trello.	BWL XIV	Kopplin	Bis 7. November 2018
12	Die Nutzung öffentlicher Trello-Boards durch Unternehmen – Use Cases und Best Practices.	BWL XIV	Kopplin	Bis 7. November 2018
13	Cloud Computing und Daily Business – Eine Akzeptanzanalyse am Beispiel von Slack und Trello.	BWL XIV	Kopplin	Bis 7. November 2018
14	Digitale Sprachassistenten - eine empirische Untersuchung von Kundenpräferenzen am Beispiel von Siri.	BWL XIV	Le-wandowska	Bereits vergeben
15	Digitalen Sprachassistenten im täglichen Leben – Eine Untersuchung der Kundenakzeptanz mittels Technologieakzeptanzmodell 2 (TAM2).	BWL XIV	Le-wandowska	Bereits vergeben
16	Akzeptanz von digitalen Sprachassistenten bei älteren Menschen: eine empirische Untersuchung mit Hilfe des Technologie Akzeptanz Modells.	BWL XIV	Le-wandowska	Bis 7. November 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	#Ad - Verbraucherschutzrechtliche Aspekte im Influencer Marketing	BWL III	Föhr	Bis 7. November 2018
2	Rechtliche Bedenken beim eCommerce mit außereuropäischen Dritten.	BWL XIV	Brand	Bis 7. November 2018