
Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)

Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester.

- Sommersemester: Januar/Februar (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und April/Mai (zu Beginn der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Oktober/November (zu Beginn der Vorlesungszeit)

Notwendige Bewerbungsunterlagen

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter dem **Betreff „Bewerbung Abschlussarbeit“** per Mail bitte an Jonas Föhr, M.A.:

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 **Donnerstag, 16. Juli 2020 (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), am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) oder am Lehrstuhl BWL XV (Marketing & Sportmanagement) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten) ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar findet im August 2020 statt. Der genaue Termin wird zeitnah bekannt gegeben.

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

Themenübersicht Bachelorarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Das ist meins! - Wirkung und Einflussfaktoren von Psychological Ownership im Marketing	BWL III	Diekmann	Bis 16. Juli 2020
2	Die hörbare Marke? – Ein Literaturüberblick zum Audiobranding	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
3	Podcasts als Instrument der Marketingkommunikation – Ein wissenschaftlicher State-of-the-Art	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
4	„It's a kind of magic?“ – Wizard-of-Oz-Experimente in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung. Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
5	From private to business – Formen der Übernahme von Erwartungshaltungen	BWL III	Winter	Bis 16. Juli 2020
V	Die Auswirkungen der Corona-Krise auf das Sportsponsoring - Eine Analyse am Beispiel des FC Bayern München	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
6	Digitalization and disruptive technologies: Chances and risks for business development in the manufacturing industry?	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020

7	Digitalization and disruptive technologies: Chances and risks for business development in the service industry?	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
8	Social entrepreneurial ecosystems im Vergleich mit entrepreneurial ecosystems: Besonderheiten und Unterschiede	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
9	Zukunft nachhaltiger Sportartikel: Eine Szenarioanalyse	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020
10	E-Servicescapes im deutsch-chinesischen Vergleich: Treiber und Barrieren bei Silver Agern	BWL XIV	Brand	Bis 16. Juli 2020
V	Online Customer Reviews vs. Country-of-Origin: Examining the influence on purchase decision in e-commerce for Chinese and German consumers	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
V	Einflussfaktoren auf die Kaufabsicht nachhaltiger Kleidung	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
V	Sportsponsoring in Krisenzeiten - Kurzfristige Auswirkungen der Corona Pandemie auf das Sportsponsoring im deutschen Profifußball	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
11	Bundesliga 4.0 - Einsatz von Spielanalysen in Echtzeit im Rahmen der Kooperation von DFL und AWS	BWL XV	Anderski	Bis 16. Juli 2020
12	Kommunikation der Markenidentität von Klubmarken - Ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung unter besonderer Berücksichtigung des Einflusses digitaler Technologien	BWL XV	Griebel	Bis 16. Juli 2020
13	Kokreation der Markenbedeutung von Klubmarken – Ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung	BWL XV	Griebel	Bis 16. Juli 2020
14	Digitales Sportsponsoring – Eine Einschätzung aktueller Maßnahmen und zukünftiger Strategien	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 16. Juli 2020

Themenübersicht Masterarbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Bitte geben Sie **immer maximal drei Präferenzen** an. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Gelbe Tonne, Restmüll & Co. - Eine experimentelle Analyse zum Einfluss von Recycling-Labels auf das Recyclingverhalten von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 16. Juli 2020
2	A friend in crisis? – Konsumentenerfahrungen mit digitalen Sprachassistenten während der Corona-Krise. Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
3	Digitale Sprachassistenten in menschlichen Partnerschaften - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
4	Conceptualization of sponsorship as multi-actor platform - A multiple case study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
V	Sponsorship Engagement in Sports: A comparative case study of online and offline platforms	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
5	Covid-19 Krise als Auslöser für Geschäftsmodellinnovationen: eine empirische Analyse in der Kulturszene	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
6	Covid-19 als Auslöser für radikalen institutionellen Wandel im Dienstleistungssektor: eine multicase study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
7	Krisen als Auslöser für innovatives Verhalten von Akteuren: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020

8	Online-Verkauf durch Sportartikelhersteller: Eine empirische Untersuchung der Erfolgsfaktoren	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020
9	Macro-Influencer bei Sportartikeln: Eine empirische Untersuchung der Erfolgsfaktoren	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020
10	Preisbündelung mittels ACBC: Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Sura Running (mit Unternehmenskooperation)	BWL XIV	Brand	Bis 16. Juli 2020
V	Mobile Commerce: Warum shoppen Konsumenten via Handy?	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
11	Nachhaltigkeit konkretisieren: Erhöhen Verbildlichungen des eigenen Impacts die Kaufabsicht nachhaltiger Produkte?	BWL XIV	Rausch	Bis 16. Juli 2020
V	Amazon Brand Stores – Eine empirische Analyse des Potenzials eines eigenen Amazon Stores für Bundesligisten	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
12	Rechtsformen in der Bundesliga - Ist eine Ausgliederung der Profiabteilung zwingend notwendig? Eine multiple Fallstudienanalyse	BWL XV	Anderski	Bis 16. Juli 2020
13	Cultural Brand Meaning – Ein systematischer Überblick zum Stand der Forschung im Marketing und Ableitung von relevanten Forschungsansätzen im Sportmanagement	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 16. Juli 2020

Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

Geben Sie im Feld **Prio** bitte Ihre Themenpräferenz an.

(Für Ihr favorisiertes Thema geben Sie **1** in das Feld ein, danach **2** und **3**. Sie können **maximal drei Präferenzen** angeben. Die anderen Felder bitte unbedingt leer lassen.)

Themen für WiWiZ				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt-person	Bewerbung möglich
1	Wirtschaftliche Auswirkungen der Corona Pandemie auf Sportorganisationen	BWL XV	Anderski	Bis 16. Juli 2020
2	Wie attraktiv ist das Live-Erlebnis Sport noch? Eine aktuelle Bestandsaufnahme zum Medienkonsum von Sport	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 16. Juli 2020