

Informationsveranstaltung des Arbeitsbereichs
Marketing und Services (MuSe)
für Interessent:innen der Master-Studiengänge
BWL, Sportökonomie, Wirtschaftsingenieurwesen,
Gesundheitsökonomie & Medienkultur und Medienwirtschaft

**Am 18.10.2022 (Wintersemester 2022/2023)
von 12:00 bis 13:30 Uhr, H22 (RW II)**

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten)

Prof. Dr. Nicola Bilstein (Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl für Marketing & Innovation)

Prof. Dr. Tim Ströbel (Professur für Marketing & Sportmanagement)

1. **Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/2023
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr. Claas
Christian Germelmann**

(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



**Prof. Dr.
Nicola Bilstein**
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



**Prof. Dr.
Daniel Baier**
(LS für Marketing & Innovation)



**Prof. Dr.
Tim Ströbel**
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



**Prof. Dr.
Herbert Woratschek**
(Professor für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



**PD Dr.
Alexandra Rese**
(LS für Marketing & Innovation)



Dr. Julia Fehrer
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement &
The University of Auckland, Neuseeland)



Matthias Anderski
Master of Science
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Laila Auerochs
Bachelor of Science
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Carmen Back
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement und
Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Dr. Jonas Föhr
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Lars Griebel
Master of Science
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Jannike Harnischmacher
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Andreas Karasenko
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Jessica Kiesswetter
Sekretariat
(LS für Marketing & Innovation)



Timo Koch
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Franziska Kullak
Master of Science
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Lisa-Marie Merkl
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Anja Petersen
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



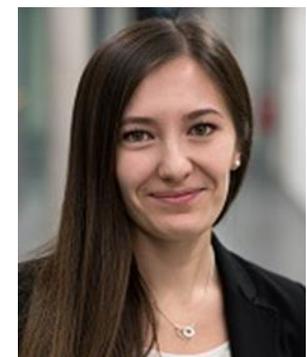
Stella Rösch
Bachelor of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Pascal Stegmann
Master of Science
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Regina Vogler
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Dr. Andreas Winter
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)

Gastprofessor:innen im Arbeitsbereich MuSe im WiSe 22/23

Gastprofessor:innen im Arbeitsbereich MuSe im WiSe 2022



Dip Biswas
(University of South Florida, USA)



Andrea Geurin
(Loughborough University London, UK)



Dave Ridpath
(Ohio University, USA)



Udo Wagner
(Universität Wien, Austria)

facebook

E-Mail-Adresse oder Handynummer Passwort Anmelden
[Passwort vergessen?](#)



Marketing und Services - MuSe
Uni Bayreuth
[@marketing.und.services](#)

Startseite
 Beiträge
 Videos
 Fotos
 Info
 Community
 Veranstaltungen
Seite erstellen



👍 Gefällt mir
🔗 Teilen
⋮

✉ Nachricht senden

Beiträge



Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth
2. September · 🌐

Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an tanja.heinlein@uni-bayreuth.de.
#MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing

Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth
Hochschule und Universität in Bayreuth

Der Arbeitsbereich MuSe

Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...

[Mehr anzeigen](#)

Community Alle ansehen

👍 533 Personen gefällt das

MARKETING UND 2018 SERVICES



Tätigkeitsbericht des Arbeitsbereichs Marketing und Services 2018

Lehrstuhl für Marketing
& Innovation
Prof. Dr. Daniel Baier

Lehrstuhl für Marketing
& Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Claas Christian Gemelmann

Lehrstuhl für Marketing
& Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Herbert Woratschek

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/2023
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

Lehrprogramm Master BWL

Überblick über die Master-Modulbereiche



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing	Dienstleistungs- management	MuSe Ergänzungs- modulbereich
	<p style="text-align: center;">V 3-3 Hauptseminar in Marketing</p>	<p style="text-align: center;">V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement</p>	<p style="text-align: center;">max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement •Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p>
	<p style="text-align: center;">V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing</p>	<p style="text-align: center;">V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Value Creation and Customer Experience in Service Management¹ <u>oder</u> V 8-1b Technologie im Dienstleistungsmanagement²</p>	
<p style="text-align: center;">V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing</p>	<p style="text-align: center;">V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation</p>		
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<p>Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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</p> <p>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence</p>		

Empfehlungen

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing V 3-3 Hauptseminar in Marketing V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing	Dienstleistungsmanagement V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Value Creation and Customer Experience in Service Management ¹ <u>oder</u> V 8-1b Technologie im Dienstleistungsmanagement ² V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	MuSe Ergänzungsmodulbereich max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p>
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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		

Empfehlungen

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit					
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 65%;"> <h3 style="text-align: center;">Große Vertiefung Marketing & Services</h3> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 5px;"> V 3-3 <u>oder</u> V 8-3 Hauptseminar Marketing & Services </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing </td> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Value Creation and Customer Experience in Service Management¹ <u>oder</u> V 8-1b Technologie im Dienstleistungsmanagement² </td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing </td> <td style="width: 50%; padding: 5px; vertical-align: top;"> V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation </td> </tr> </table> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 5px;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u>) </div> </div> <div style="width: 30%; border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <h3 style="text-align: center;">MuSe Ergänzungs- modulbereich</h3> <p style="text-align: center;">max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement •Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p><small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small></p> </div> </div>		V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing	V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Value Creation and Customer Experience in Service Management ¹ <u>oder</u> V 8-1b Technologie im Dienstleistungsmanagement ²	V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing	V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation
V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing	V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Value Creation and Customer Experience in Service Management ¹ <u>oder</u> V 8-1b Technologie im Dienstleistungsmanagement ²					
V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing	V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation					
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<div style="text-align: center;"> Basismodul B1 – Forschungsmethoden 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 </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </div>					

Empfehlungen

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/2023
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-2: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement	
Vertiefungs- modul BWL B-1 24 LP + 6 LP	Marketing Dienstleistungsmanagement	
	B 1-5 Hauptseminar Marketing & Services	
	B 1-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> B 1-1b Corporate Communication, Media and Marketing	B 1-2a Value Creation and Customer Experience in Service Management ¹ <u>oder</u> B 1-2b Technologie im Dienstleistungsmanagement ²
	B 1-3a Innovationsmarketing <u>oder</u> B 1-3b Dialogmarketing	B 1-4a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> B 1-4b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulebereich 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 Wintersemester 2022/2023
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

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 & Konsumentenverhalten, Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement, Lehrstuhl für Marketing & Sportmanagement, Lehrstuhl für Marketing & Innovation zu erbringen (inkl. Masterarbeit).

Das Zertifikat ist über den Lehrstuhl BWL I von Prof. Schäfer (für BWL) bzw. über den Professur für Marketing & Sportmanagement (für Sportökonomie) zu beantragen.



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ZERTIFIKAT

Marketing und Services (MuSe)

im

Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Frau Exemplar Muster, geboren am 1.1.2000 in Mittelpunk, hat im Schwerpunkt ihres Masterstudiums der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth die große Vertiefung Marketing und Services (MuSe) studiert.

Diese Vertiefung fußt auf einer wissenschaftlich fundierten und zugleich anwendungsorientierten Ausbildung in marketingorientierter Unternehmensführung. In den interdisziplinären Modulen hat sich Frau Exemplar Muster aktuelle wissenschaftliche Methoden und Erkenntnissen angeeignet und in Projekten umgesetzt. In verschiedenen Veranstaltungstypen (Vorlesungen, Übungen, Seminare, Case Studies, Blended Learning, Projektarbeiten und Masterarbeit) werden neben Professoren und Dozenten auch internationale Gastwissenschaftler und renommierte Praktiker integriert. Wichtige Kompetenzfelder in der Vertiefung Marketing und Services sind:

- Wertbasierte Strategieentwicklung und Innovationen
- Konsumentenverhalten und Service-Profit Chain
- Empirische Marketingforschung, insbesondere in den Bereichen Sport, Medien, Handel, Gesundheit und Kultur
- Forschung-Praxis-Transfer im Marketing-, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement

Auf dieser Basis wird sie später in der Lage sein, anspruchsvolle Fach-, Führungs- und Beratungsaufgaben im Marketing- und Dienstleistungsmanagement zu übernehmen.

Die Schwerpunktmodule dieser Vertiefung werden von den Lehrstühlen Betriebswirtschaftslehre III: Marketing und VIII: Dienstleistungsmanagement und der Juniorprofessur Direct Marketing getragen. Die belegten Module und erreichten Modulnoten sind im Masterzeugnis gelistet.

Bayreuth, den 00.00.2012.
Moderator des Masterstudiengangs
Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Prof. Dr. Klaus Schäfer

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
- 5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/2023**
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Veranstaltungen	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing B: Corporate Communications Media and Marketing Vorlesung: Germelmann Übung: Föhr	V 3-1	B 1-1
Hauptseminar im Marketing (Die Wirkung von Food Labels in der Gastronomie: theoretische Herausforderungen und empirische Problemlösungen) Merkl – läuft bereits	V 3-3	B 1-5
Projektseminar: Methoden der Datenerhebung und multivariater Datenanalyse (Data Science Technology) Koch / Germelmann		-1
Ausgewählte Fragen des Marketing (Sensory Marketing) Dipayan Biswas	V 3-5 (E)	V 3-5 (E)
Co-Creative Colloquium Germelmann / Merkl (im WiSe 22/23 online geplant)	fakultativ	fakultativ
Proseminar: Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens Team (hybrid)	fakultativ	fakultativ

Jetzt noch bewerben (siehe Aushang BWLIII)! Bis Morgen 12 Uhr Mittags ein Motivationsschreiben und den Notenauszug an timo.koch@uni-bayreuth.de

Welcoming words by Prof. Dipayan Biswas:

“Welcome to this course on Sensory Marketing! In this course, we will explore the fascinating ways in which the human sensory system influences behaviors as consumers and decision makers. We will examine the physiological and psychological factors that influence sensory marketing outcomes. I am looking forward to an exciting series of sessions with you all.”

■ Target Group:

- Students of *Business Administration and Sport, Business & Law*

■ Dates (times are expected):

- Wednesday, 26th of October 2022 from 1.00 pm to 4.00 pm
- Thursday, 27th of October 2022 from 9.00 am to 6.00 pm
- Friday, 28th of October 2022 from 9.00 am to 1.00 pm

■ Application Deadline (via CMLife):

- Sunday, 23rd of October 2022 (12 am)
- Questions? → Contact: timo.koch@uni-bayreuth.de



Intense block seminar in cooperation with the Kelley School of Business from Indiana University (USA)

- **Target group:**
 - Master students of *Sport, Business and Law & Business Administration*
- **Dates:**
 - Sunday, 5th of March 2023 until Sunday, 12th of March 2023
- **Grading & Crediting:**
 - Participation during the seminar and final presentation of the case study
 - Successful participation will be graded with **6 ECTS** (full participation from Sunday, 5th of March 2023 until Friday, 10th of March 2023 is required)
- **Application deadline:**
 - Sunday, 20th of November 2022
 - Including a short letter of motivation and CV
 - Contact: Lisa-Marie.Merkl@uni-bayreuth.de



- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zur Vorbereitung auf wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master, WiwiZ)

- Themen:
 1. Bewertungskriterien
 2. Forschungsfrage
 3. Gliederung
 4. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
 5. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
 6. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
 7. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann

- **Anmeldung:** Nicht notwendig
- Die Veranstaltung soll weiterhin **digital** stattfinden
- Es sind Q&A-Sessions in Präsenz geplant
- Informationen, insbesondere zu den Terminen der Q&A Sessions, finden Sie zu gegebener Zeit auf den Homepages der MuSe-Lehrstühle (**bitte für den MuSe-Newsletter oder die Newsletter der einzelnen MuSe-Lehrstühle anmelden!**).

Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement

Prof. Dr. Nicola Bilstein

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master	
Technologie im Dienstleistungsmanagement Vorlesung: Bilstein Übung: Kullak	V 8-1b	B 1-2b	
Spezialisierung DLM/SMV: Management intelligenter Produkte und Dienstleistungen Vorlesung: Bilstein Übung: Auerochs	Ergänz.	A 1-2 / A 1-5 / D	
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Im zweiwöchigen Rhythmus	X	X	
Siehe gesonderte Aushänge mit zusätzlichen Informationen.	Schlüsselqualifikation Business Etikette (2 ECTS) Seminar: Thammer Präsenz-Blockveranstaltung, 07., 08. & 10.11.2022, 9-17 Uhr Anmeldung: 17.-18.10.2022	Ergänz.	D
	Hauptseminar im DLM: „People and Technology in Service Management“ Seminar: Bilstein <u>Läuft bereits</u>	V 8-3	B 1-5

Lehrstuhl für Marketing & Innovation

Prof. Dr. Daniel Baier

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing Intelligence VL: Baier ab 20.10, jeden Do 08:15-09:45 im H22, Ü: Rösch, zweiwöchig <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung, Informationsbedarf und Datenquellen ▪ Datengewinnung: Reliabilität und Validität von Messungen, Stichprobenplanung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Panelforschung, ▪ Datenauswertung: Regressions-, Cluster-, Faktoren-, Diskriminanzanalyse, Entscheidungsbäume, Random Forest, Neuronale Netze, Association Rules, Web Mining, Text Mining, Image Mining ▪ Parallel: Einführung in R und Python, Erprobung der Methoden ▪ Literatur: Böhler et al. (2021) Marktforschung, Kohlhammer Verlag 	B 2-9	D
Innovationsmarketing VL: Baier ab 18.10, jeden Di 08:15-09:45 im H24, Ü: Rösch, zweiwöchig <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen: Bedeutung und Risiken von Innovationen, Innovationsarten, Phasenmodelle, Stage-Gate-Prozess, agile Produktentwicklung, Erfolgsfaktorenforschung für Innovationen, Prognosemodelle ▪ Ideenfindung, Ideenbewertung (u.a. Checklisten, Scoring-Modelle, Risikoanalyse, finanzmathematische Methoden), Fokusgruppen, Conjointanalyse, Testmarktforschung, Preisfindung, Adoption und Diffusion, Quality Function Deployment), Target Costing, Open Innovation 	V 3-2a	B 1-3a
Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Rese) Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich	als V 3-3/V 8-3 anrechenbar	als B 1-6/ B 1-7 anrechenbar
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten <ul style="list-style-type: none"> ▪ Montag, 14:15-15:45 Uhr, derzeit noch per Zoom 	X	X

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing – Nachhaltige Textilinnovation“ (Baier, Rösch) (in Kooperation mit der ADIDAS AG) <i>Textilien aus Algen, Cellulose oder Pilzen haben den Vorteil, dass bei ihrer Herstellung weniger CO2 ausgestoßen und Wasser verbraucht wird. Sie trocknen schnell, kühlen bei Hitze, sind leicht und weich. In diesem Semester geht es darum, in welchen Anwendungsbereichen/Branchen es dafür Nachfrage gibt, z.B. in der Sport- und Textilindustrie, aber auch in der Automobil- und Verpackungsindustrie sowie der Heimtextilindustrie. Gruppen zu 3-4 Studierenden bearbeiten eigenständig – unter Mithilfe der Betreuer – einen selbst gewählten Anwendungsbereich.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Kick-Off: 21.10., 10:15 Uhr-11:45 Uhr, S 52</i> ▪ <i>Zwischenpräsentation Sekundäranalyse: 18.11., 10:15 Uhr-11:45 Uhr, S 52</i> ▪ <i>Zwischenpräsentation Feinabstimmung: 16.12., 10:15 Uhr-11:45 Uhr, S 52</i> ▪ <i>Abschlusspräsentation am 20.01. in Herzogenaurach</i> 	B 1-6	D
<p>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“ (Baier, Karasenko) <i>Gruppen zu 2-4 Studierenden bearbeiten über das Semester hinweg eigenständig mit R oder Python – unter Mithilfe der Betreuer – ein Customer Analytics Problem auf Basis vorgegebener oder gewählter Daten (Kaggle, Industrie)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführende Vorlesung/Rechnerübung am 21.10, 28.10, 04.11.2022</i> ▪ <i>Zwischenpräsentationen am 25.11.2022 und am 13.01.2023 (Pflicht)</i> ▪ <i>Digitale Endabgabe 28.02.2023 (alles jeweils 8:15-9:45 im S 58)</i> 	B 1-6	D

Professur für Marketing & Sportmanagement

Prof. Dr. Tim Ströbel

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Aktuelle Aspekte der Digitalen Transformation * VL: Ströbel	V 8-2b	B 1-4b
Engagement Plattformen im Sportmanagement – Entwicklung von Touchpoints zwischen Fans & Klubmarken HS: Ströbel & Stegmann <u>Läuft bereits</u>	V 8-3	B 1-5
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten nach Ankündigung	X	X
Value Co-Creation in Sport Management – A new Logic in a Changing Society * S: Woratschek, Kick-off: 20.10., 18-19 Uhr, Details werden gesondert bekannt gegeben	Ergänz.	A 1-5/ D-1
Strategic Social Media Marketing in the Sport Industry * S: Geurin, Blockveranstaltung im Zeitraum 07.11.-11.11., Details werden gesondert bekannt gegeben	Ergänz.	A 1-5/ D-1
* Anmeldung vom 17.10. bis 18.10. über cmlife		

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/2023
6. **Abschlussarbeiten**
7. Master ... und danach?
8. Kontaktmöglichkeiten

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen bzw. Professuren für:
 - **Marketing & Innovation** (Prof. Dr. Daniel Baier)
 - **Marketing & Konsumentenverhalten** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
 - **Marketing & Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Nicola Bilstein)
 - **Marketing & Sportmanagement** (Prof. Dr. Tim Ströbel)
- 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 Arbeitsbereich „Marketing und Services (MuSe)“: Des **Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** (Prof. Dr. Bettina Lis) und des **Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** (Prof. Dr. Maximilian Röglinger)
- Für Informationen bzgl. der Themen und Bewerbung, bitte Aushänge der Lehrstühle beachten!

Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Konsumentenverhalten):

- Alexa du Depp! Service Failures bei digitalen Sprachassistenten – eine empirische Analyse
- Manchmal muss es eben Siri sein – Smarte Technologien als Kundeninterface (Ein State-of-the-Art)
- „Bewegungsring geschlossen! - und jetzt? " – eine experimentelle Studie zum Auftreten adverser Effekte bei der Nutzung von Smartwatches
- Die Bedeutung von Mission, Vision und Purpose im strategischen Management - eine empirische Analyse

Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Dienstleistungsmanagement):

- Internet of Things im Alltag? – Eine qualitative Studie zu den Wahrnehmungen von Kunden in Bezug auf die Eigenschaften intelligenter Produkte und Dienstleistungen
- Emojis im Service Recovery und ihr Einfluss auf den Beschwerdeführer – Eine experimentelle Studie
- Emojis im Service Recovery und ihr Einfluss auf "Virtual Present Others" – Eine experimentelle Studie
- Humor im Service Recovery – Eine experimentelle Studie zur kundenseitigen Bewertung der wiederholten Nutzung von Humor im Service Recovery

Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Innovation):

- Chancen und Risiken nachhaltiger Innovationen in der Sportbekleidungsindustrie
- Augmented Reality Apps: Eine Nutzenbeitragsermittlung relevanter Eigenschaften mittels Adaptive Choice-Based Conjointanalyse
- Optimierung des Targetings im Online Advertisement: Programmatic Advertising und der Mehrwert einer Data-Management-Plattform am Beispiel der Daimler AG
- Welche Touchpoints sind für Kunden beim Onlineshopping am wichtigsten?



DAIMLER

SIEMENS



Beispiele aktueller Abschlussarbeiten (Marketing & Sportmanagement):

- Athlete Brand Identification anhand Merchandisingumsätzen in der Fußball Bundesliga - Ein Überblick zum Stand der Forschung
- Entwicklung eines Brand-Dashboards für Sportmarken
- City Branding durch Sportevents - eine Analyse des FIS Skilanglauf Weltcups in Dresden
- Wie mega ist das Metaverse? Chancen für Sportorganisationen
- Place Branding durch Sport - State of the Art und Konzeptualisierung einer Multi Actor Perspective

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/2023
6. Abschlussarbeiten
7. **Master ... und danach?**
8. Kontaktmöglichkeiten

▪ Promotion im MuSe-Arbeitsbereich: Möglichkeiten

1. Intern als Wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn

- auf einer Haushaltsstelle (5 SWS Lehrverpflichtung) oder
- drittmittelfinanziert (in speziellen Projekten)

2. Intern als Stipendiat einer der 13 Begabtenförderungswerke (u.a. Studienstiftung des dt. Volkes, Hanns Seidel Stiftung, Cusanuswerk, Friedrich Ebert Stiftung, Konrad Adenauer Stiftung, Friedrich Naumann Stiftung)

3. Extern: Parallel zu einer beruflichen Tätigkeit, oft mit engem Bezug zum Promotionsthema



▪ Vorteile einer internen Promotion am Arbeitsbereich

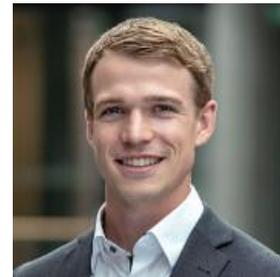
- Enge Einbindung in und daher leichter Zugang zur Forschung und Lehre eines Lehrstuhls
 - Vorbereiten und Halten von **Lehrveranstaltungen** (z.B. Übungen, Seminare, Fallstudien, Planspiele, Projektseminar)
 - Betreuung von Abschlussarbeiten; Beteiligung an Forschungsprojekten des Lehrstuhls
 - Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
- **Idealer Einstieg: Studentische Hilfskraft**

▪ Vorteile einer externen Promotion am Arbeitsbereich

- Promotion erfolgt in Abstimmung mit dem Lehrstuhl vor Ort im Unternehmen, nebenbei zu einer regulären beruflichen Tätigkeit, daher oft leichter Zugang
 - zu praxisrelevanten, gleichzeitig aber auch anspruchsvollen Fragestellungen sowie
 - zu Daten, Informationen sowie Mitarbeitern und Kunden
- Ausgewählte erfolgreiche MuSe-Beispiele der letzten 2 Jahre
 - Dr. Felix Homfeldt (bei Audi), Dr. Björn Stöcker (bei BAUR), Dr. Daniel Friedrich (bei der DHBW), Dr. Julia Becker (beim BF/M), Dr. Nicholas Derra (beim BF/M)

▪ Kern einer heutigen internen wie externen „kumulativen“ Promotion

- **Dauer:** knapp 3 Jahre (Mittelwert bei den 13 in 2021 abgeschlossenen MuSe-Promotionen)
- **Inhalt:** zu einem spannenden Schwerpunkt entstehen in dieser Zeit i.d.R. 4-5 Zeitschriften-/Konferenzbeiträge, ein erster bereits auf Basis der Masterarbeit, gerne in Koautorenschaft
- **Idealer Einstieg:** Masterarbeit an einem MuSe-Lehrstuhl





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 („CoMento“)** zur Unterstützung bei der Karriereplanung, Zeit- und Teammanagement sowie Work-Live-Balance
- **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



Dr. Maximilian Panthen

Titel der Dissertation: „*Emotions and social interaction through the lens of service-dominant logic*“

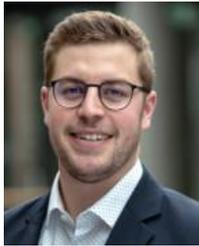
Aktuelle Position: *Director Innovation Management – KSB Company*



Dr. Johanna Held

Titel der Dissertation: „*Täuschung von Konsumenten durch Marketingkommunikation*“

Aktuelle Position: *User Researcher - Bosch Power Tools*



Dr. Markus Buser

Titel der Dissertation: „*Value Co-Creation and Engagement Platforms: Facilitating Business in Service Management*“

Aktuelle Position: *Manager Strategy & Business Development – ALLES.AUTO c/o AVAG Holding SE*



Dr. Michael Stadtelmann

Titel der Dissertation: „*Wert, Prozessmanagement und Kundenrollen im Gesundheitswesen*“

Aktuelle Position: *Portfolio Manager & Leitung IT Business Consulting – Apollo-Optik*



Dr. Theresa Rausch

Titel der Dissertation: „*Quo vadis, e-commerce? : Insights on and innovative approaches towards selected current challenges in the e-commerce context*“

Aktuelle Position: *Digital Strategy Consultant – Accenture*



Dr. Karolina Ewers

Titel der Dissertation: „*We need to talk... - Acceptance of Digital Voice Assistants among Millennials and older people*“

Aktuelle Position: *Referentin der Geschäftsleitung - LAMILUX*



Dr. Christopher Maier

Titel der Dissertation: „*Stimulating resource integration through incentive systems: theoretical framework and empirical findings*“

Aktuelle Position: *Director / Head of New Services – Bosch Building Technologies*



Dr. Jan Schönberner

Titel der Dissertation: „*Actor Engagement as Marketing Objective in Service Ecosystems – Empirical Insights and Conceptualisations at Different Levels of Analysis*“

Aktuelle Position: *Associate / Transaction Advisory – PwC*

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2022/2023
6. Abschlussarbeiten
7. Master ... und danach?
- 8. Kontaktmöglichkeiten**



The image shows a screenshot of a Facebook profile page. At the top, there is a blue navigation bar with the Facebook logo on the left and a login section on the right with fields for 'E-Mail-Adresse oder Handynummer' and 'Passwort', and an 'Anmelden' button. Below the navigation bar is a large cover photo of a group of people in a hallway. Overlaid on the cover photo is a white box with a green border containing the text 'facebook.com/marketing.und.services'. To the left of the cover photo is the profile picture, which is a circular logo with 'MuSe' and 'UNIVERSITÄT BAYREUTH'. Below the profile picture, the page name 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' and the handle '@marketing.und.services' are displayed. A left-hand navigation menu includes options like 'Startseite', 'Beiträge', 'Videos', 'Fotos', 'Info', 'Community', and 'Veranstaltungen', along with a green 'Seite erstellen' button. Below the cover photo, there are interaction buttons: 'Gefällt mir', 'Teilen', and 'Nachricht senden'. The main content area features a post from 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' dated '2. September'. The post text reads: 'Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an tanja.heinlein@uni-bayreuth.de. #MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing'. To the right of the post, there is a section titled 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' with the subtitle 'Hochschule und Universität in Bayreuth'. Below this is a section 'Der Arbeitsbereich MuSe' with a quote: 'Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...'. At the bottom right, there is a 'Community' section showing '533 Personen gefällt das'.

- **BWL III: Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten** – 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: bwl3@uni-bayreuth.de
- **BWL VIII: Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement** – Prof. Dr. Nicola Bilstein
Universitätsstraße 30, Sport, 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
- **BWL XIV: Lehrstuhl für Marketing & Innovation** – 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: bwl14@uni-bayreuth.de
- **BWL MAS: Professur für Marketing & Sportmanagement** – Prof. Dr. Tim Ströbel
Universitätsstr. 30, Gebäude Sportinstitut, Raum 1.35, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-3497, Fax +49 (0) 921 – 55-3496
Internet: www.mas.uni-bayreuth.de, E-Mail: mas@uni-bayreuth.de

Hinweis:

- Bitte informieren Sie sich auch auf der MuSe-Portalseite unter www.muse.uni-bayreuth.de
- Jede hier aufgeführte Lehrstuhleinheit bietet zudem einen eigenen Newsletter zu aktuellen Nachrichten – bitte eintragen!

- *Ansprechpartner für die Durchführung der MuSe-Informationsveranstaltung ist Herr Prof. Dr. Daniel Baier (BWL XIV – bwl14@uni-bayreuth.de)*