

Informationsveranstaltung des Arbeitsbereichs
Marketing und Services (MuSe)
für Interessenten der Master-Studiengänge
BWL und Sportökonomie

am 13.04.2021 (Sommersemester 2021)
von 12:15 bis 13:45 Uhr, digital per Zoom

Weitere
Studiengänge
(MeKuWi, GÖ, etc.)
beraten wir gern!

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

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement)

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

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

Prof. Dr. Bettina Lis (Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

Prof. Dr. Maximilian Röglinger (Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement)

- 1. Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2021
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr.
Daniel Baier**

(LS für Marketing & Innovation)



**Prof. Dr. Claas
Christian Germelmann**

(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



**Prof. Dr.
Tim Ströbel**

(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



**Prof. Dr.
Herbert Woratschek**

(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



**Prof. Dr.
Bettina Lis**

(LS für Allgemeine
Betriebswirtschaftslehre)



**Prof. Dr.
Maximilian Röglinger**

(Professur für Wirtschaftsinformatik und
wertorientiertes Prozessmanagement)



**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)



Carmen Back
Sekretariat
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Benedikt Brand
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Markus Buser
M.Sc. SpOec
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Larissa Diekmann
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Karolina Ewers
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Marius Fortagne
Master of Science
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



Jonas Föhr
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



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



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



Jessica Kiesswetter
Sekretariat
(LS für Marketing & Innovation)



Cristopher Kopplin
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



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



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



Khanh Nguyen
Master of Science
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



Anja Petersen
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Theresa Rausch
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Jan Schönberner
M.Sc. SpOec
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



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



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Jennifer Weiß
Bachelor of Science
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Andreas Winter
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Sandra Ziewiecki
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)

Gastprofessoren im Arbeitsbereich MuSe



Laurence Ashworth

(Queen's School of Business,
Kingston, Canada)



Jonathan Baker

(University of Auckland,
New Zealand)



Dip Biswas

(University of South Florida, USA)



Rod Brodie

(University of Auckland,
New Zealand)



Bettina Cornwell

(Lundquist College of Business,
University of Oregon, USA)



Geoff Dickson

(La Trobe University Melbourne,
Australia)



Peter Darke

(York University, Canada)



Anna Gerke

(Audencia Business School, Nantes)



Jürgen Gnoth

(University of Otago, New Zealand)



Jean-Luc Hermann

(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



Elina Jaakkola

(University of Turku, Finland)



Mathieu Kacha

(Institut Universitaire de Technologie de
Metz, France)



Constantine Katsikeas

(University of Leeds, UK)



Dongfeng Liu

(Shanghai University of Sport, Shanghai)



Atsuhō Nakayama

(Tokyo Metropolitan University)



Fergus Neville

(University of St Andrews, UK)



Norm O'Reilly
(Ohio University, USA)



Risto Rasku
(Sport Business School, Finland)



Dave Ridpath
(Ohio University, USA)



Harold Riemer
(University of Regina, Canada)



Emilia Smolak Lozano
(University of Malaga, Spain)



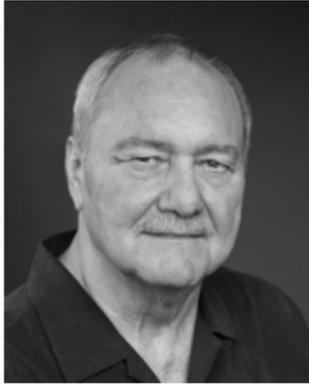
James Santomier
(Sacred Heart University, USA)



Lorn Sheehan
(University of Halifax, Canada)



Marijke Taks
(University of Ottawa, Canada)



Stephen L. Vargo
(University of Hawaii, USA)



Björn Walliser
(Université de Lorraine, Nancy, France)



Hans Westerbeek
(University Melbourne, Australia)



Bradley Wilson
(Universidad de los Andes, Colombia)



Andrea Geurin
(Loughborough University London, UK)

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 Schmeckerl 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

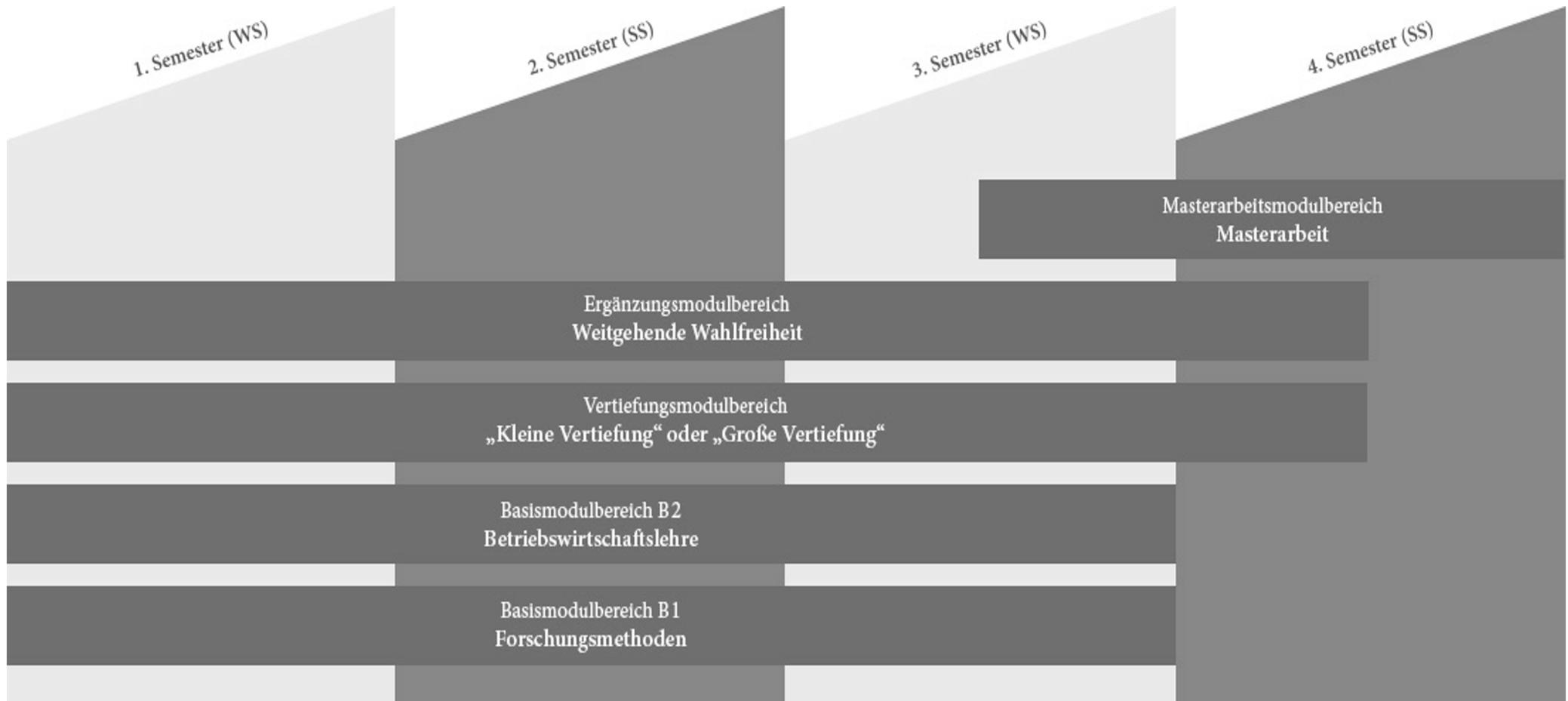
Lehrstuhl für Marketing
& Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing
& Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Herbert Woratschek

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2021
6. Master ... und danach?
7. 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
	Hauptseminar Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services	<p style="text-align: center;">max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • 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>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p>
	Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing	
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement		
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <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="border: 1px solid black; padding: 2px; transform: rotate(-2deg); font-weight: bold;">Empfehlungen</div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </div>		

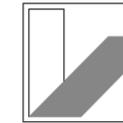
Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing	Dienstleistungs- management	MuSe Ergänzungs- modulbereich
	Hauptseminar Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services	<p style="text-align: center;">max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • 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>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p>
	Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing	
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement		
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence		Empfehlungen

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit													
Modulbereich „große“ Vertiefung (36 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="369 419 1489 523" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1505 419 2139 523" style="text-align: center;"> Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="369 528 1489 655" style="text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="1505 528 2139 1185" rowspan="4" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • 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 * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht </td> </tr> <tr> <td data-bbox="369 660 920 836" style="text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </td> <td data-bbox="936 660 1489 836" style="text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing </td> </tr> <tr> <td data-bbox="369 841 920 1032" style="text-align: center;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation </td> <td data-bbox="936 841 1489 1032" style="text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="369 1037 1489 1185" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok)) </td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • 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 * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht	Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing	Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))	
	Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services											
Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • 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 * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht												
Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing													
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement													
Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))														
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="369 1228 2139 1428" 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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </td> </tr> </table> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;">  </div>		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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence											
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 Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence														



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing	Dienstleistungs- management	MuSe Ergänzungs- modulbereich
	V 3-3 Hauptseminar in Marketing	V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement	<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 Dienstleistungs- management •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 <i>oder</i> V 3-1b Corporate Commu- nication, Media and Marketing</p>	<p style="text-align: center;">V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement</p>	
<p style="text-align: center;">V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <i>oder</i> V 3-2b Dialogmarketing</p>	<p style="text-align: center;">V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <i>oder</i> 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 <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing</p> <p>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence</p>		

Empfehlungen



<p>Mastermodul (30 LP)</p>	<p>Schriftliche Masterarbeit</p>		
<p>Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungsbereich</p>	<p>Marketing</p> <p>V 3-3 Hauptseminar in Marketing</p> <p>V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <i>oder</i> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing</p> <p>V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <i>oder</i> V 3-2b Dialogmarketing</p>	<p>Dienstleistungsmanagement</p> <p>V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement</p> <p>V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement</p> <p>V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <i>oder</i> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation</p>	<p>MuSe Ergänzungsbereich</p> <p>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>Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)</p>	<p>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</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	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="367 341 1417 437" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1431 341 2170 1214" rowspan="2" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 341 2170 485" style="text-align: center;"> MuSe Ergänzungs- modulbereich </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 491 2170 533" style="text-align: center;"> max. 24 LP aus z.B.: </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 539 2170 1054"> <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 Dienstleistungs- management •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p> </td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="367 443 1417 549" style="text-align: center;"> V 3-3 <u>oder</u> V 8-3 Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="367 555 1417 820"> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="367 555 853 820" style="width: 50%; text-align: center;"> V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Commu- nication, Media and Marketing </td> <td data-bbox="862 555 1417 820" style="width: 50%; text-align: center;"> V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="367 826 853 1062" style="text-align: center;"> V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing </td> <td data-bbox="862 826 1417 1062" 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 </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="367 1069 1417 1206" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok)) </td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 341 2170 485" style="text-align: center;"> MuSe Ergänzungs- modulbereich </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 491 2170 533" style="text-align: center;"> max. 24 LP aus z.B.: </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 539 2170 1054"> <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 Dienstleistungs- management •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p> </td> </tr> </table>	MuSe Ergänzungs- modulbereich		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 Dienstleistungs- management •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p>		V 3-3 <u>oder</u> V 8-3 Hauptseminar Marketing & Services	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="367 555 853 820" style="width: 50%; text-align: center;"> V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Commu- nication, Media and Marketing </td> <td data-bbox="862 555 1417 820" style="width: 50%; text-align: center;"> V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> </table>	V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Commu- nication, Media and Marketing	V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement	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	Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))	
	Große Vertiefung Marketing & Services		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 341 2170 485" style="text-align: center;"> MuSe Ergänzungs- modulbereich </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 491 2170 533" style="text-align: center;"> max. 24 LP aus z.B.: </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1444 539 2170 1054"> <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 Dienstleistungs- management •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p> </td> </tr> </table>	MuSe Ergänzungs- modulbereich		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 Dienstleistungs- management •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p>											
MuSe Ergänzungs- modulbereich																			
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 Dienstleistungs- management •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p>																			
V 3-3 <u>oder</u> V 8-3 Hauptseminar Marketing & Services	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="367 555 853 820" style="width: 50%; text-align: center;"> V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Commu- nication, Media and Marketing </td> <td data-bbox="862 555 1417 820" style="width: 50%; text-align: center;"> V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> </table>	V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Commu- nication, Media and Marketing	V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement																
V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Commu- nication, Media and Marketing	V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement																		
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																		
Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))																			
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="367 1220 2170 1268" style="text-align: center;"> Basismodul B1 – Forschungsmethoden </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="367 1275 2170 1348" style="text-align: center;"> 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 </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="367 1355 2170 1428" style="text-align: center;"> Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </td> </tr> </table>		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		Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence												
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																			
Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence																			

Empfehlungen

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
- 3. Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-3: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement	
Vertiefungs- modul BWL B-1 24 LP + 6 LP	Marketing	Dienstleistungs- management
	Hauptseminar Marketing & Services	
	Marketing A: B1-1 Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im B1-4 Dienstleistungsmanagement
	Marketing B: B1-3 Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Dialogmarketing <u>oder</u> Marketing & Sportmanagement	DLM B: B1-2 Qualität im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> Dialogmarketing
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulebereich A A-1-2: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (bis zu 11 LP)	



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-3: 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 Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> B 1-2b Qualität im Dienstleistungsmanagement
	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)	Eingangsmodulbereich 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 Sommersemester 2021
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Autonome Masterarbeit

30 ECTS

- 24 Wochen

- Note:

100% Masterarbeit

Integrierte Masterarbeit

12 ECTS aus Projektseminar

18 ECTS aus Masterarbeit

- 16 Wochen

- Note:

40% Projektseminar

60% Masterarbeit

Anmerkung: Die 12 ECTS aus dem ursprünglichen Projektseminar gehen dann in der Masterarbeit auf und müssten neu belegt werden...

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen für:
 - **Marketing & Innovation** (Prof. Dr. Daniel Baier)
 - **Marketing & Konsumentenverhalten** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
 - **Marketing & Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
 - **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 der Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement (Prof. Dr. Maximilian Röglinger)
- Für Informationen bzgl. der Themen und Bewerbung, bitte Aushänge der Lehrstühle beachten!

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 & Innovation oder bei einer der Juniorprofessuren zu erbringen (inkl. Masterarbeit).

Das Zertifikat ist über den Lehrstuhl BWL I von Prof. Schäfer (für BWL) bzw. über den Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement (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 Mittelpunkt, 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



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Prof. Dr. T. Eymann

Prof. Dr. G. Fridgen

Prof. Dr. N. Urbach

Prof. Dr. M. Röglinger

Du möchtest Experte für
Digitalisierung werden?

Informiere dich über das

**Zertifikat
Digitale Wirtschaft**

und lasse dir deine Qualifikation
bescheinigen!

Weitere Informationen unter:
www.wi.uni-bayreuth.de



1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
- 5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2021**
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing A: Konsumentenverhalten Vorlesung: Germelmann (nach derzeitigem Stand: online) Übung: Harnischmacher (nach derzeitigem Stand: online)	V 3-1	B-1-1
Hauptseminar im Marketing (Nachhaltige Geschäftsmodelle - Let's save the world while doing business) Diekmann / Germelmann in Kooperation mit dem Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement Kullak / Woratschek – läuft bereits	V 3-3	B-1-5
Projektseminar: Methoden der Datenerhebung und multivariaten Datenanalyse (Nudging im Lebensmittelkontext) Merkl / Germelmann (nach derzeitigem Stand: online)	B1-1 (BWL III)	D-2 / E-2 nach Absprache
Ausgewählte Fragen des Marketing (Advanced Experimental Methods) Ashworth (auf Englisch) – stark begrenzte Kapazität (online) Kontaktperson: Föhr	V 3-5	D-2 / A-1-2 nach Absprache
Ausgewählte Fragen des Marketing (Sensory Marketing) Carvalho (auf Englisch) – stark begrenzte Kapazität (online) Kontaktperson: Vogler	V 3-5	D-2 / A-1-2 nach Absprache

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Co-Creative Colloquium Germelmann / Merkl (nach derzeitigem Stand: online)	fakultativ	fakultativ
Proseminar: Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens Diekmann / Vogler (nach derzeitigem Stand: online)	fakultativ	fakultativ

Thema: Nudging im Lebensmittelkontext (Labor-/Feldexperimente)

- **Start:** SoSe 21
- **Dauer:** zwei Semester (SoSe 21 und WiSe 21/22)
- **Termin:** Montags zwischen 10 und 14 Uhr
- **Leistung:** 12 ECTS (Basismodul B1 – Forschungsmethoden)
- **Bewerbung:** Masterstudierende der Studiengänge BWL, Sportökonomie, MeKuWi, Wirtschaftsingenieurwesen, LGW (nach Rücksprache zu Anrechnungsmöglichkeiten)

Bewerbungsschluss: **16.04.2021** (siehe Aushang)

(Zuteilung der Seminarplätze: 17.04.2021)

Weitere Informationen im Aushang der Lehrstuhlseite!

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an: ***lisa-marie.merkl@uni-bayreuth.de***

Sponsorship-linked Marketing

Technische Universität München 

- What?
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: Until **30.06.2021**
- Lecturer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer;
Technische Universität München
- Grading: Based on exam (multiple choice and prose, 60 minutes)
- Applicable towards: V 3-2 Marketing B, or “Ergänzungsmodulbereich”
- Registration at the VHB homepage. Further information:
<https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true>



- 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
- Online (nähere Informationen siehe CampusOnline)
- Termine: Blockveranstaltung **voraussichtlich Ende Mai / Anfang Juni 2021**.
Informationen 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. Herbert Woratschek

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung in Campus-Online für Übungsgruppen bis 14.04.2021	Wert im Dienstleistungsmanagement DILC: Woratschek, Kullak, Schönberner, Buser In 4 Gruppen nach Ankündigung (siehe Aushang für detaillierte Informationen)	V-8-1a	B-1-3a / B-2-2
Siehe gesonderte Aushänge mit zusätzlichen Informationen	Hauptseminar mit angewandter Marktforschung: Sponsoring aus der innovativen Netzwerkperspektive Woratschek, Schönberner, von Lingen <u>Läuft bereits</u>	B-1-1.3 / V-8-3 / M-2	B-1-5 / D-3 / E-2
	Hauptseminar: Nachhaltige Geschäftsmodelle - Let's save the world while doing business (Kooperation mit LS M&KV) Germelmann, Woratschek, Diekmann, Kullak <u>Läuft bereits</u>	V-8-3	B-1-5
	Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung vom 12.04. bis 13.04.2021 über CampusOnline.	Schlüsselqualifikation Business Etikette international (2 ECTS) V: Thammer, Blockveranstaltung, 26./27. und 29.04. um 9-17 Uhr	Ergänz.	D
	Schlüsselqualifikation Planspiel General Management: Digital Business Development V: Maier, (online) Blockveranstaltung, 25., 26.06. und 09.07.2021	Ergänz.	D
	DLM/SMV: Sponsorship-linked marketing V: Cornwell, online Blockveranstaltung, vom 21. bis 25.06.2021	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Risk Management in Sport V: Ridpath, online Blockveranstaltung, zw. 24.05. und 11.06.2021	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Strategic Planning and Management in Tourism V: Sheehan, online Blockveranstaltung, zw. 03. und 14.05.2021	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Unternehmensplanung und Sportmarketing V: Pastowski, online Blockveranstaltung, 12.05, 21.06. und 02.07.2021	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: virtual EASM Summer School 2021 V: Woratschek, Schönberner, vom 12. bis 14.05.2021	Ergänz.	A-1-5 / D

Für die exakten Termine der Spezialisierungsveranstaltungen konsultieren Sie bitte die Semesterinfo unter <https://www.dlm.uni-bayreuth.de/de/lehre/index.html> und/oder Campus Online.

Lehrstuhl für Marketing & Innovation

Prof. Dr. Daniel Baier

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Dialogmarketing („Alle marktbezogenen Aktivitäten, die helfen, eine direkte und individualisierte Interaktion mit Zielpersonen aufzubauen, diese aufrecht zu erhalten und eine messbare Reaktion auszulösen“)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführung (Adidas, Amazon, BAUR, Google & Co.), Grundlagen des Dialogmarketing , Konzepte, Instrumente, Prozesse des Dialogmarketing</i> ▪ <u>Übergreifende Schwerpunkte: Messung von Präferenz/Akzeptanz/Nutzung von Medien/Instrumenten, Database Marketing, CRM, Data Mining, Kundensegmentierung, -auswahl, -wert, Kaufempfehlungen, Personalisierung, Rechenbeispiele: u.a. Kundenwert, Collaborative Filtering</u> <p>VL (Baier): Di, 8:15-9:45 Uhr (in diesem Jahr digital über Panopto) Ü (Kopplin): Do, 10:15-11:45 Uhr (in diesem Jahr digital über Zoom) im zweiwöchigen Rhythmus, Skript downloadbar im eLearning-System</p>	<p>als V 3-2b anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>
<p>Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ Eigenständige Bearbeitung eines spezifischen Themas unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten. Es ist eine schriftliche Seminararbeit zu erstellen. Die Ergebnisse sind im Plenum zu präsentieren und zu verteidigen. Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich. Die Betreuung erfolgt durch Frau PD Dr. Alexandra Rese.</p>	<p>als V 3-3/ V 8-3 anrechenbar</p>	<p>als B 1-6/ B 1-7 anrechenbar</p>

Veranstaltung

BWL
Master

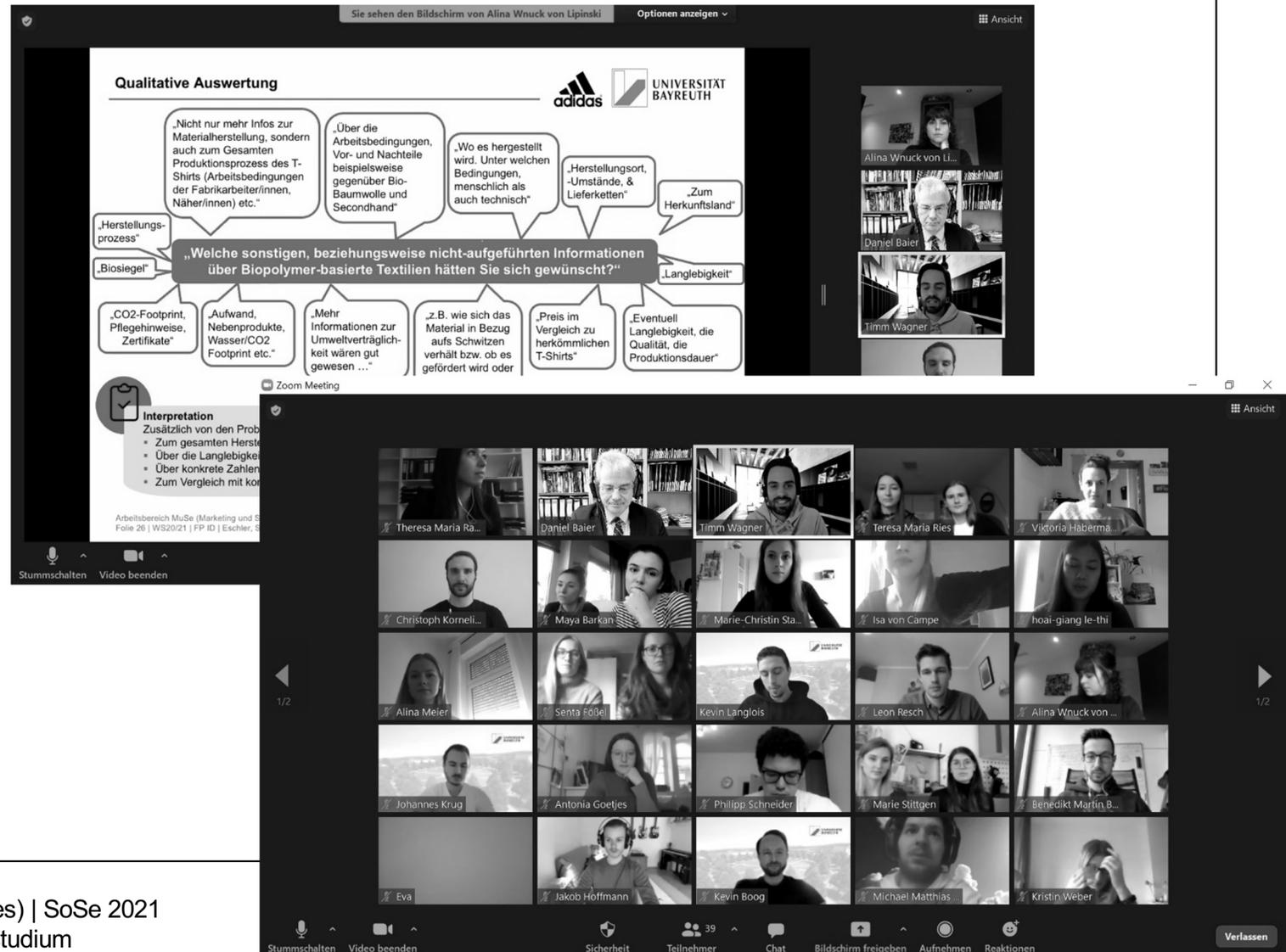
Sportökonomie
Master

Forschungsprojekte am Lehrstuhl für Marketing & Innovation

*Im WiSe 2020/21 ging es
um die Markteinführung
**synthetische bio-basierter
Textilinnovation.***

*Kooperationspartner war
die ADIDAS AG, Herzo-
genaurach, die bereits mit*

- ihrer Parley Kollektion
aus Ozeanplastik und*
 - nachhaltigen Prozess-
innovationen (umwelt-
freundliche Herstel-
lungs- und Versand-
prozesse)*
- erfolgreich ist.*



The screenshot shows a Zoom meeting interface. The main content is a presentation slide titled "Qualitative Auswertung" (Qualitative Evaluation) with the Adidas and University of Bayreuth logos. The slide features a central question: "„Welche sonstigen, beziehungsweise nicht-aufgeführten Informationen über Biopolymer-basierte Textilien hätten Sie sich gewünscht?“" (Which other, respectively not listed information about biopolymer-based textiles would you have liked?). Surrounding this question are several speech bubbles containing specific questions or topics, such as "Herstellungsprozess" (Production process), "Biosiegel" (Bio seal), "CO2-Footprint, Pflegehinweise, Zertifikate" (CO2 footprint, care instructions, certificates), "Aufwand, Nebenprodukte, Wasser/CO2 Footprint etc." (Effort, by-products, water/CO2 footprint etc.), "Mehr Informationen zur Umweltverträglichkeit wären gut gewesen ..." (More information on environmental friendliness would have been good ...), "z.B. wie sich das Material in Bezug aufs Schwitzen verhält bzw. ob es gefordert wird oder" (e.g., how the material behaves in relation to sweating or if it is required or not), "Preis im Vergleich zu herkömmlichen T-Shirts" (Price compared to conventional t-shirts), "Eventuell Langlebigkeit, die Qualität, die Produktionsdauer" (Possibly durability, quality, production time), "Herstellungsort, -Umstände, & Lieferketten" (Production location, conditions, and supply chains), "Zur Herkunftsland" (Origin country), "Über die Arbeitsbedingungen, Vor- und Nachteile beispielsweise gegenüber Bio-Baumwolle und Secondhand" (About working conditions, advantages and disadvantages, for example compared to organic cotton and second-hand), and "Wo es hergestellt wird. Unter welchen Bedingungen, menschlich als auch technisch" (Where it is produced. Under which conditions, human and also technical).

Below the slide, there is an "Interpretation" section with the text: "Zusätzlich von den Probanden" (Additionally from the participants) and a list of points: "Zum gesamten Herstellungsprozess" (On the entire production process), "Über die Langlebigkeit" (On durability), "Über konkrete Zahlen" (On concrete numbers), and "Zum Vergleich mit konventionellen Textilien" (For comparison with conventional textiles).

The bottom part of the screenshot shows a grid of 20 video thumbnails of participants in the meeting, including names like Theresa Maria Ries, Daniel Baier, Timm Wagner, Marie-Christin Sta..., Isa von Campe, hoai-giang le-thi, Alina Meier, Senta Föbel, Kevin Langlois, Leon Resch, Alina Wnuck von..., Johannes Krug, Antonia Goetjes, Philipp Schneider, Marie Slittgen, Benedikt Martin B..., Eva, Jakob Hoffmann, Kevin Boog, Michael Matthias..., and Kristin Weber.

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing „Online-Textilhandel“ (in Kooperation mit Intersport sowie dem BAUR Versand, Burgkunstadt, und dem IFH Köln in diesem Semester per Zoom)</p> <p><i>In diesem Semester geht es um den Einzelhandel nach Corona (online und offline):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Wird der Online-Handel seine gewonnenen Marktanteile behalten können?</i> ▪ <i>Wie soll der Offline-Handel reagieren? Auf welche Stärken kommt es an?</i> ▪ <i>Warum sollte überhaupt noch jemand offline einkaufen? Welche Vorteile bietet der Mehrkanaleinkauf? Was wird aus den Innenstädten?</i> <p>Zum Einsatz kommen die aus den Vorlesungen bekannten Instrumente: Sekundärrecherche sowie Primärrecherche mittels (ein methodischer Ansatz zur Auswahl) Jobs-to-be-Done, Kundenbefragungen, Fokusgruppen (Alle Erhebungen natürlich online per Zoom, Qualtrics oder Sawtooth Software).</p> <p>Termine: An ausgewählten Tagen jeweils freitags 08:15-09:45 Uhr per Zoom.</p> <p>Anmeldung: Über Campus online.</p> <p>Weiterführende Informationen: Die Betreuung erfolgt durch Herrn Prof. Dr. Baier und Frau Theresa Rausch.</p>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing „Neue Geschäftsmodelle in der digitalen Welt“ (in Kooperation mit dem Digitalen Gründerzentrum Oberfranken, in diesem Semester per Skype!!!)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Die Studierenden lernen, wie sie methodisch ein Kundenproblem am Markt identifizieren, für dieses einen Lösungsansatz entwickeln und in ein tragfähiges Geschäftsmodell überführen.</i> ▪ <i>Anhand der Erstellung eines Businessplans lernen sie, das identifizierte Kundenproblem, ihren Lösungsansatz und das Geschäftsmodell näher zu analysieren und notwendige Schritte zur Markteinführung zu planen.</i> <p>An ausgewählten Tagen jeweils donnerstags 08:15-9:45 Uhr: Corona-bedingt finden diese Veranstaltungen per Skype for Business statt. Die Studierenden erhalten per Mail eine Einladung und können per Skype for Business (Campuslizenz, siehe https://www.uni-bayreuth.de/de/studium/digitale-lehre/) oder direkt (per App, in der Mail beschrieben) teilnehmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kick-Off, Themenvorstellung und Erläuterungen am 16.04.2021 ▪ Zwischenpräsentation: Idee, Team & Partner ▪ Zwischenpräsentation: Marktanalyse & Marketing ▪ Zwischenpräsentation: Organisation & Finanzierung ▪ Endabgabe <p>Anmeldung: Über Campus Online ab dem 12.04.2021 um 09:00 Uhr. Die Betreuung erfolgt durch Frau PD Dr. Alexandra Rese.</p>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführung in R und die R-Schnittstellen zu Python (Tensorflow, Keras)</i> ▪ <i>Kurze Einführung zur Anwendung ausgewählter multivariater Verfahren (u.a. Diskriminanzanalyse) und Data-Mining-Verfahren (u.a. Entscheidungsbäume, Neuronale Netze, Text Mining, Deep Learning)</i> ▪ <i>Eigenständige Anwendung dieser Verfahren zur Lösung von Data-Mining-Problemen im Marketing und anderen Anwendungsgebieten</i> <p>An ausgewählten Tagen jeweils freitags 08:15-09:45 Uhr per Panopto und Zoom:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drei einführende Vorlesungen/Rechnerübungen, Kickoff am 16.04.2021 • zwei Zwischenpräsentationen. <p>Anmeldung: Über Campus online ab dem 12.04.2021 um 09:00 Uhr.</p> <p>Weiterführende Informationen: Die Betreuung erfolgt durch Herrn Prof. Dr. Baier und Frau Theresa Rausch.</p>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Professur für Marketing & Sportmanagement

Prof. Dr. Tim Ströbel

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Zukunftsreport Sportökonomie HS: Griebel & Ströbel - <u>läuft bereits</u>	V8-3	B1-5
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X

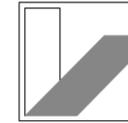
Anmeldung
vom 12.04. bis 13.04.
über cmlife

DLM/SMV: Digital Transformation in Sport Business S: Santomier, Online Kurs, Blockveranstaltung im Zeitraum 24.05.-11.06., Details via cmlife oder e-Learning Kurs	Ergänz.	A1-5/ D
DLM/SMV: Strategic Social Media Marketing in the Sport Industry S: Geurin, Online Kurs, Blockveranstaltung im Zeitraum 31.05.-11.06., Details via cmlife oder e-Learning Kurs	Ergänz.	A1-5/ D

Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Bettina Lis

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Hauptseminar Allgemeine Betriebswirtschaftslehre „Disrupting the Disruptors – wie digitale Plattformen traditionelle Branchen erschüttern“</p> <p>Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich. Nächste Anmelde-möglichkeit vss. im Juli</p> <p>Bitte beachten Sie weitere Bekanntmachungen über die Homepage des Lehrstuhls und den E-Mail-Verteiler.</p>	V 3-3	B-1-5

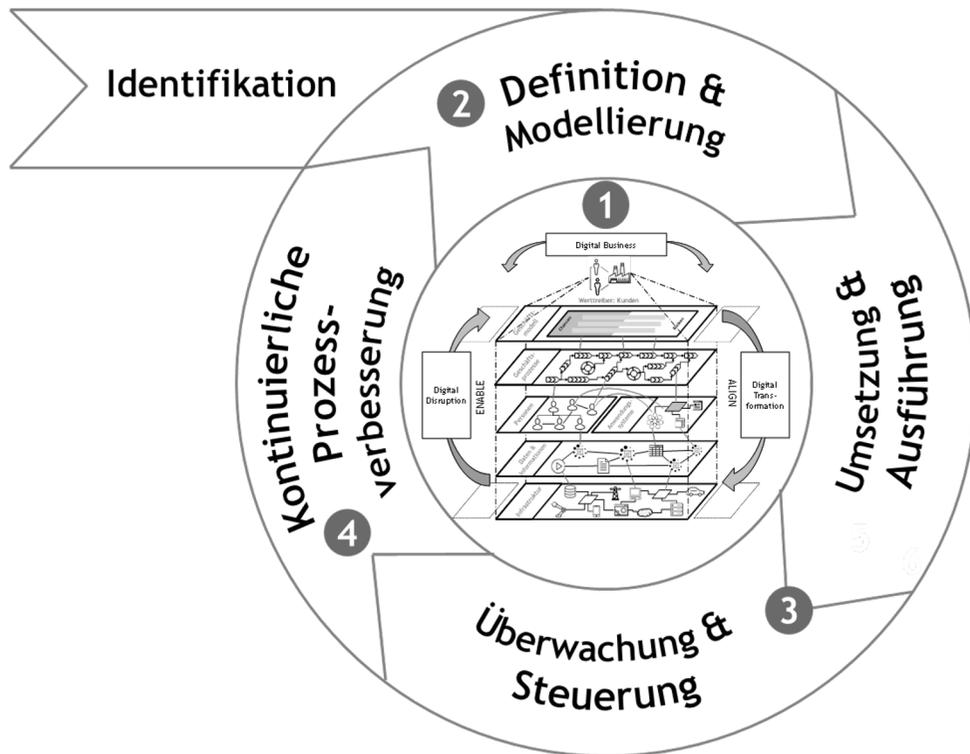


Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Dr. Maximilian Röglinger

Vorlesungsankündigung

Wertorientiertes Prozessmanagement (V 7-8)



Modus:	Regulär im WiSe
Einbringbarkeit:	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre (kleine Vertiefung WI, große Vertiefung TOP, Ergänzungsmodulbereich); M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen
Leistungspunkte:	6 LP
Prüfungstermin:	tbd
Teilnehmerzahl:	unbegrenzt
Anmeldung:	Campus Online
Kontakt:	maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
Weitere Infos:	http://www.wi.uni-bayreuth.de
Starttermin:	Wintersemester 2021/22

1 Grundlagen des Prozessmanagements

3 Prozessindustrialisierung und -digitalisierung

2 Prozessmodellierung und -identifikation

4 Prozessverbesserung

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2021
- 6. Master ... und danach?**
7. Kontaktmöglichkeiten

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:

1. Als wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn
2. Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert

- Die Arbeit als Wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn:

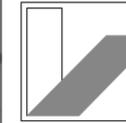
- Verfolgen eines **selbstgewählten Dissertationsthemas**
- Mitarbeit an lehrstuhlübergreifenden **Forschungsprojekten**
- Vorbereiten und Halten von **Lehrveranstaltungen**
(z.B. Übungen, Seminare, Fallstudien, Planspiele, Projektseminar)
- Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
- Administrative Aufgaben am Lehrstuhl



} bei ganzer Stelle
~5 SWS Lehraktivitäten

→ Voraussetzung für Promotion Master bzw. Diplomabschluss mit Note „gut“ (§6 Promotionsordnung der RW-Fakultät)

→ Einen ersten Einblick liefert die Arbeit als **wissenschaftliche Hilfskraft und Tutor** (bei Ausschreibung bewerben)



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** zur Unterstützung bei der Karriereplanung, Zeit- und Teammanagement sowie Work-Live-Balance
- **Fortbildungsmaßnahmen** in Zusammenarbeit mit dem Fortbildungszentrum Hochschullehre (FBZHL)
- **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

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2021
6. Master ... und danach?
- 7. Kontaktmöglichkeiten**

Folgen Sie uns auf Facebook!



The image shows a screenshot of the Facebook profile page for 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth'. At the top, there is a dark navigation bar with the Facebook logo on the left and login fields for 'E-Mail-Adresse oder Handynummer' and 'Passwort' on the right, along with an 'Anmelden' button and a link for 'Passwort vergessen?'. The profile picture is a group photo of the staff, with a white box overlaid in the center containing the URL 'facebook.com/marketing.und.services'. The left sidebar contains the profile name 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth', the handle '@marketing.und.services', and a menu with options like 'Startseite', 'Beiträge', 'Videos', 'Fotos', 'Info', 'Community', and 'Veranstaltungen', plus a 'Seite erstellen' button. The main content area features a post from 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' dated '2. September', which is a recruitment notice for a student assistant position in the Marketing Communications department. The right sidebar shows the page name 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth', a description 'Hochschule und Universität in Bayreuth', a section titled 'Der Arbeitsbereich MuSe' with a short paragraph and a 'Mehr anzeigen' link, and a 'Community' section showing '533 Personen gefällt das'.

- **Lehrstuhl BWL III: 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
- **Lehrstuhl BWL VIII: Marketing & Dienstleistungsmanagement** – Prof. Dr. Herbert Woratschek
Universitätsstraße 30, Sportinstitut, 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
- **Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** – Prof. Dr. Bettina Lis
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 152, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6111, Fax +49 (0) 921 – 55-6112
Internet: www.abwl.uni-bayreuth.de, E-Mail: abwl@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIV: 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
- **Professur BWL MAS: 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
- **Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** – Prof. Dr. Maximilian Röglinger
Wittelsbacherring 10, 95444 Bayreuth
Telefon: +49 921 55-4710, Fax: +49 921 55-84-4710
Internet: www.wpm.uni-bayreuth.de, E-Mail: maximilian.roeglinger@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)*