

---

## Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)

### Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester.

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

### Notwendige Bewerbungsunterlagen

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

**muse@uni-bayreuth.de**

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **vier getrennte Dokumente** anhängen):

1. Aktueller **CampusOnline-Notenauszug** (Benennung: Noten\_Nachname\_Vorname.pdf)
  2. **Lebenslauf** (Benennung: CV\_Nachname\_Vorname.pdf)
  3. **Motivationsschreiben** für das eine (!) Thema mit Ihrer höchsten Präferenz (Max. 200 Wörter; keine spezielle Formatierung notwendig; Benennung: MS\_Nachname\_Vorname.pdf)
  4. **Bewerbungsformular**: Finden Sie unter <http://www.muse.uni-bayreuth.de/de/lehre/Abschlussarbeiten/index.html>
- Das ausgefüllte Bewerbungsformular ist wie folgt zu benennen:  
Art der Abschlussarbeit (BA; MA; WIWIZ); Nachname; Vorname  
Bsp.: **BA\_Mustermann\_Lisa.pdf**

**Bewerbungen, die nicht diesem Format entsprechen, können aufgrund der automatisierten Auswertung leider nicht berücksichtigt werden.**

Bewerbungen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie WiWiZ-Abschlussarbeiten werden bis **Sonntag, 09. Februar 2020 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „vergeben“ gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich.

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen **ca. (!)** zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir im Vorfeld der Themenvergabe **nicht immer zeitnah Auskünfte zu allen Themen geben können**. Alle Themen sind daher so formuliert, dass der Arbeitsauftrag deutlich wird. Sollten Sie dennoch Fragen zu bestimmten Themen haben, werden diese von den jeweiligen Mitarbeitern (siehe Themenübersicht: „Kontaktperson“) ausschließlich im Rahmen ihrer Sprechstunden beantwortet. Bitte wenden Sie sich dafür per Mail mit einer Terminanfrage an den entsprechenden Betreuer. Fragen, die Sie per Mail an den Betreuer richten, werden ausdrücklich nicht beantwortet, da per Mail aus Kapazitätsgründen keine ausführliche Beratung möglich ist.

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

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

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

**Mittwoch, 19. Februar 2020** und **Donnerstag, 20. Februar 2020.**

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

## Themenübersicht

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

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

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Der Blick in die Zukunft von Corporate Social Responsibility: eine State-of-the-Art-Analyse.	BWL III	Winter	Bis 09. Februar 2020
2	Realität oder Mythos? Die Bedeutung von Emotionen im B2B-Marketing.	BWL III	Winter	Bis 09. Februar 2020
3	Die Rolle von Erwartungen im Customer-Experience-Management.	BWL III	Winter	Bis 09. Februar 2020
4	Making Sense of Big Data - Qualitative und quantitative Zugänge zu unstrukturierten Daten	BWL III	Prof. Germelmann	Bis 09. Februar 2020
5	"Alles Nudging, oder was?" – Eine Literaturanalyse	BWL III	Harnisch- macher	Bis 09. Februar 2020
6	Wie gewonnen so zerronnen? - Swift Trust: Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 09. Februar 2020
7	„The dark side of Social Enterprises“: eine State-of-the-Art Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
8	Actor-Mapping im Social Entrepreneurship: Eine beschreibende Analyse der Akteure	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020

9	Service Ökosysteme im Social Entrepreneurship - eine State of the Art-Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
10	Aktivierungsmaßnahmen im Sponsoring - Eine theoretische Analyse anhand illustrativer Fälle	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
11	Predicting preference: Ein methodischer Vergleich zur Vorhersagegenauigkeit bei komplexen Produkten	BWL XIV	Brand	Bis 09. Februar 2020
12	Auswertungsmöglichkeiten für Eyetracking-Daten	BWL XIV	Kopplin	Bis 09. Februar 2020
13	Nachhaltiges Konsumentenverhalten: Implikationen für den E-Commerce	BWL XIV	Rausch	Bis 09. Februar 2020
14	Der Einsatz von Virtual und Augmented Reality im Sport - Aktuelle Erkenntnisse im Sportmanagement	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020
15	Athlete Brand Building - Ein Überblick zum Stand der Forschung	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020
16	Nachhaltigkeit im deutschen Spitzensport - Relevanz unterschiedlicher Nachhaltigkeitsdimensionen im Sportmanagement	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020
17	Blockchain Technologie in der Sport- und Freizeitindustrie - Möglichkeiten und Grenzen der Anwendung	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020

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

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

Themen für <b>Masterarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Die Bedeutung von Authentizität in der Markenkommunikation.	BWL III	Winter	Bis 09. Februar 2020
2	Alexa, du Depp!?! - Service failures bei digitalen Sprachassistenten	BWL III	Föhr	Bis 09. Februar 2020
3	Digitale Sprachassistenten in menschlichen Partnerschaften - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 09. Februar 2020
4	Value Cocreation in the Circular Economy: Understanding Value Creation Beyond Financial Measures (in Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
V	Social Enterprises as Market Shapers: A Systemic Perspective (in Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
5	Market Shaping und Blue Ocean Strategy - eine empirische Analyse neuer Märkte im Sportsponsoring.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
6	Konzeptionalisierung von Sponsoring als Plattform - Eine Fallstudie	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
7	Institutional work – Schaffung, Aufrechterhaltung und Durchbrechung von Institutionen: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
8	Design vs. Entstehung von Geschäftsmodellen im Social Entrepreneurship: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020

9	Amazon vs. AliExpress: Der Einfluss von Online-Marktplätzen auf die Kaufentscheidung	BWL XIV	Brand	Bis 09. Februar 2020
10	Vermarktung kultureller Veranstaltungen am Beispiel der Wagner-Festspiele	BWL XIV	Kopplin	Bis 09. Februar 2020
11	Matchmaking im Coworking – Bedarf und Akzeptanz	BWL XIV	Kopplin	Bis 09. Februar 2020
12	Kundenbindung im Online-Textilhandel: Cross-Channel-Management in der Zielgruppe Best Ager	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 09. Februar 2020
13	Clubmitgliedschaften im Handel: Eine Kosten-Nutzen-Analyse	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 09. Februar 2020
14	Erfolgsfaktoren nachhaltiger Textilinnovationen: Das Beispiel ADIDAS	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 09. Februar 2020
15	Warenkorbabbrecheranalyse mittels Association Rule Mining	BWL XIV	Rausch	Bis 09. Februar 2020
16	Welche Konsumententypen brechen ihren Online Einkauf vorzeitig ab? Eine Analyse mittels Clustering	BWL XIV	Rausch	Bis 09. Februar 2020
17	Vernetztes Branding im Sport - Eine empirische Fallstudienanalyse	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020
18	Stellenwert von Kultur im Rahmen der Ko-Kreation der Markenbedeutung - Eine empirische Analyse	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020
19	Konsequenzen der Bewerbung um internationale Events - Eine qualitative Interviewstudie bei ausgewählten Akteuren	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020

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

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

Themen für <b>WiwiZ</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt- person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
1	Rechtliche Grundlagen von Sponsoringverträgen und ökonomische Folgen einer frühzeitigen Vertragsbeendigung	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 09. Februar 2020
2	Big Data im Sport oder "Der gläserne Fan"	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 09. Februar 2020