
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)

Bewerbungsverfahren

Die Bewerbung auf Abschlussarbeiten im MuSe-Bereich erfolgt ausschließlich über E-Learning. Bitte schreiben Sie sich daher in den nachfolgenden Kurs ein:
<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Wählen Sie in dem E-Learningkurs bitte die Arbeitsform aus, für die Sie sich bewerben möchten (d.h. BA, MA oder WiWiZ). Bitte folgen Sie dann den entsprechenden Anweisungen und laden Sie dort Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen hoch.

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **drei getrennte Dokumente** hochladen):

1. Aktueller **CampusOnline-** bzw. **CM Life- 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)

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, 31. Juli 2022 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „**vergeben**“

gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich. **Bei Fragen oder technischen Problemen wenden Sie sich bitte an muse@uni-bayreuth.de**

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen frühestens **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 für Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar kann als Onlineveranstaltung jederzeit über den folgenden E-Learningkurs besucht werden:

<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=31880>

Einschreibeschlüssel: ProSem10/21

Themenübersicht Bachelorarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
1	Teamwork makes the dream work? - AI Augmentation in the Workplace (Ein Literaturüberblick)	BWL III	Dr. Föhr	31. Juli 2022
2	Veränderung des Kaufverhaltens bei Servicebegegnungen mit Menschen vs. Künstlicher Intelligenz - ein Literaturüberblick	BWL III	Koch	31. Juli 2022
3	Emotionale Bindungen zwischen Nutzer und digitalem Endgerät - ein Literaturüberblick	BWL III	Koch	31. Juli 2022
4	Probier's mal vegetarisch! - Ein Literaturüberblick zu Überzeugungstechniken zur Förderung nachhaltiger Ernährungsweisen	BWL III	Merkel	31. Juli 2022
5	Smart Services für Senior*innen - Ein Stand der Forschung	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
6	Smart Services für Kinder - Ein Stand der Forschung	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
7	Die Bedeutung der "Service Literacy" und wie man sie steigern kann	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
8	Transformative Themen im Sportmanagement - Ein Stand der Forschung	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022

9	Driven by the sun – Zahlungsbereitschaft und Konsumentensegmente bei solarbetriebenen Autos	BWL XIV	Prof. Baier	31. Juli 2022
10	Keyword-Analyse in Social Media	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022
11	Recommender Engines - Modellbezogene Anforderungs- und Nutzenanalyse	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022
12	Webscraping im Kontext von nachhaltigen Unternehmen	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022
13	Entwicklung von Szenarien zur Akzeptanz von Kryptowährungen beim Bezahlen	BWL XIV	PD Dr. Alexandra Rese	31. Juli 2022
14	Diversität von Social Media Influencern	BWL XIV	PD Dr. Alexandra Rese	31. Juli 2022
15	Markencontrolling-Tools und ihre Eignung für Sportmarken	BWL XV	Prof. Ströbel	31. Juli 2022
16	Nachhaltige Vorbilder: Was tun Sportklubs für die Zukunft? (Multi-)Case Study	BWL XV	Prof. Ströbel / Stegmann	31. Juli 2022
17	Die dunkle Seite der Digitalisierung im Sportmanagement - Risiken und Nebenwirkungen der Nutzung von digitalen Technologien	BWL XV	Prof. Ströbel / Stegmann	31. Juli 2022
18	Sportmanagement und -ökonomie – Eine wissenschaftstheoretische Auseinandersetzung	BWL XV	Prof. Ströbel / Stegmann	31. Juli 2022

Themenübersicht Masterarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
19	Fuzzy or not? - Wahrnehmung digitaler Datentransparenz bei intelligenten Technologien aus Konsumentensicht - eine empirische Analyse	BWL III	Koch	31. Juli 2022
20	Alexa, kauf mir was Schönes! - Verhaltensänderungen aufgrund sprachbasierter Einkäufe - eine empirische Analyse	BWL III	Koch	31. Juli 2022
21	Internet of Things im Alltag? - Eine qualitative Studie zu den Wahrnehmungen von Kunden in Bezug auf die Eigenschaften intelligenter Produkte und Dienstleistungen	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
22	Emoji's im Service Recovery und ihr Einfluss auf den Beschwerdeführer - Eine experimentelle Studie	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
23	Emoji's im Service Recovery und ihr Einfluss auf "Virtual Present Others" - Eine experimentelle Studie	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
24	Humor im Service Recovery - Eine experimentelle Studie zur kundenseitigen Bewertung der wiederholten Nutzung von Humor im Service Recovery	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022
25	Social Media Listening – Wem sollte ich wo zuhören?	BWL XIV	Karassenko	31. Juli 2022

26	Recommender Engines im Offline und Online Handel	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022
27	Kundensentimente und Social Media Analyse für nachhaltige Unternehmen / Produkte	BWL XIV	Karasenko	31. Juli 2022
28	Wirkung menschliche Eigenschaften und Persönlichkeit von Voice Assistants	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
29	Wirkung von Maßnahmen zur Corona Prävention im Einzelhandel	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
30	Panikkäufe im Einzelhandel - ein neues Phänomen?	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
31	Innovationsbarrieren bei neuen Zahlungstechnologien	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
32	Kryptowährungen zum Bezahlen: wie wirken wichtige Parameter?	BWL XIV	PD Dr. Rese	31. Juli 2022
V	Facilitating Athlete Branding - How U.S. Universities Help Athletes Market their NIL rights (qualitative analysis using Ohio University as an example)	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
V	Sponsorship within American Football in Germany	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben
33	Soziale Netzwerkplattformen zur Wissenschaftskommunikation im akademischen Umfeld - Building the academic personal brand	BWL XV	Prof. Ströbel	31. Juli 2022
34	Sport im Post-Growth-Zeitalter – Eine ökonomische Betrachtung der Rolle des Sports in einer nachhaltigen Gesellschaft	BWL XV	Prof. Ströbel / Stegmann	31. Juli 2022

Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Themen für WiWiZ				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
35	Vertrauen in digitale Sprachassistenten unter dem Gesichtspunkt strafprozessualer Informationsgewinnung	BWL III	Koch	31. Juli 2022
36	Rechtliche Herausforderungen für das Management intelligenter Produkte	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	31. Juli 2022