

Bayreuth, 01. Jul. 2022

Masterseminar Fach Marketing im Wintersemester 2022/23

Im Wintersemester 2022/23 bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten folgendes Hauptseminar für Studierende des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre (V 3-3) und Sportökonomie (B-1-5a) sowie weitere Studiengänge auf Anfrage (z.B. WInG, Medienkultur und Medienwirtschaft; Modul B4 oder D4.2) in der MuSe-Vertiefung an:

"Die Wirkung von Food Labels in der Gastronomie: theoretische Herausforderungen und empirische Problemlösungen"

Food Labels sind beim Kauf von Lebensmitteln längst nicht mehr wegzudenken. Die Effekte diverser Labels auf das Kaufverhalten von Konsumenten wurden bereits in zahlreichen Studien, insbesondere für Labels auf abgepackten Lebensmitteln in Supermärkten, untersucht. Allerdings unterscheidet sich die Entscheidungssituation für Lebensmittel im Supermarkt grundlegend von der in der Gastronomie. Es kann daher nicht per se davon ausgegangen werden, dass sich diese, beim Supermarktkauf beobachteten, Effekte sich auf die Wahrnehmung und Nutzung von Labels auf zubereiteten Speisen im Außer-Haus-Verzehr übertragen lassen. Daher soll im Rahmen dieses Seminars, mithilfe empirischer Studien, die Wahrnehmung und Nutzung von Food-Labels im Außer-Haus Verzehr untersucht werden. Ziel des Seminars ist es, ein vertieftes Verständnis davon zu erlangen, wie Food Labels Menschen und deren Denk-, Verhaltens- und Entscheidungsweisen beeinflussen.

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten
Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30, 95447 Bayreuth
Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132
c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de

Anmeldung

Die Anmeldung für das Seminar erfolgt über den Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten (via CampusOnline) in der Zeit vom **11. Juli 2022 ab 8:00 Uhr bis 15. Juli 2022**. Falls Sie Probleme mit der Anmeldung haben sollten, wenden Sie sich bitte an Frau Lisa-Marie Merkl (lisa-marie.merkl@uni-bayreuth.de). Die **Anmeldung über CampusOnline ist verpflichtend**. Eine nachträgliche An- oder Abmeldung außerhalb dieses Zeitraums ist nicht möglich bzw. führt zum Nichtbestehen der Veranstaltung. Sollten Sie aufgrund der Kapazitätsbegrenzung keinen Platz erhalten, können Sie sich über CampusOnline eigenständig in eine Warteliste eintragen.

Bitte beachten Sie, dass das Seminar **überwiegend im Dezember 2022/Januar 2023** abgehalten wird. Die genauen Termine für diesen Zeitraum werden rechtzeitig bekanntgegeben.

Abgabe und Präsentation der Seminararbeiten

Die Arbeiten müssen im Januar 2023 (t.b.a) im E-Learning hochgeladen werden und in zweifacher Ausführung im Sekretariat BWL III abgegeben werden (bitte beachten Sie die Öffnungszeiten des Sekretariats).

Die Präsentation der Seminararbeiten wird in einem Blockseminar im Januar 2023 (t.b.a), stattfinden. Über weitere Details der Blockveranstaltung, insbesondere ob diese online oder in Präsenz stattfinden wird, informieren wir Sie zu gegebener Zeit.

Terminübersicht

- **11. Juli 2022 ab 8:00 Uhr bis 15. Juli 2022:** Anmeldung über CampusOnline
- **20. Juli 2022 um 14:00 Uhr:** Besprechung des übergeordneten Seminarthemas, Projektbesprechung & Themenvergabe
- **Dezember 2022:** Organisation & Durchführung der empirischen Studie(n)
- **Dezember 2022:** Aufgabenklärung zur Auswertung der Studie & seminarspezifische Einführung in Auswertungssoftware
- **Januar 2023:** Hochladen der Seminararbeiten im E-Learning und Abgabe in zweifacher Form im Sekretariat des Lehrstuhls BWL III; Präsentationen der Arbeiten im Rahmen eines Blockseminars

Bei Fragen zu diesem Seminar wenden Sie sich bitte an Frau Lisa-Marie Merkl (lisa-marie.merkl@uni-bayreuth.de).

gez. Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten
Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30
95447 Bayreuth, Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132
c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de