

---

## 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 Mario Kaiser, M.Sc.:

**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, 28. Juli 2019 (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) oder am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

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

**Donnerstag, 8. August 2019** und **Freitag, 9. August 2019**.

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

## Themenübersicht

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	Venus vs. Mars - Die Rolle des Geschlechts für eine zielgruppenspezifische Ansprache im Marketing	BWL III	Diekmann	Bis 28. Juli 2019
2	„Ist das noch Nudging?“ – Ein Forschungsüberblick im Bereich Food-Nudging	BWL III	Harnischmacher	Bis 28. Juli 2019
3	Richtiges Erwartungsmanagement: Umgang mit Stereotypen im Employer Branding	BWL III	Schreder	Bis 28. Juli 2019
4	Das Zuhause als Konsumkontext - Ein konzeptueller Überblick	BWL III	Föhr	Bis 28. Juli 2019
5	Nutzung von digitalen Sprachassistenten: In-Home vs. Out-of-Home	BWL III	Föhr	Bis 28. Juli 2019
6	"A Voice says more than a thousand words" - Non-verbale Aspekte in der sprachbasierten Mensch - Computer-Interaktion	BWL III	Föhr	Bis 28. Juli 2019
7	Alles schlecht - oder doch nicht? Beeinflussende Faktoren auf die Wahrnehmung negativer Produktrezensionen.	BWL III	Winter	Bis 28. Juli 2019
8	Same Story, Different Name? / Neuer Hype in alten Schläuchen? Einordnung von Brand Purpose in den Kontext der Markenführung.	BWL III	Winter	Bis 28. Juli 2019
9	From private to business - Formen der Übernahme von Erwartungshaltungen.	BWL III	Winter	Bis 28. Juli 2019

10	Complex adaptive systems (CAS) and the applicability to sports. (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Juli 2019
11	What is context and does it really matter? A systematic literature review. (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Juli 2019
12	Inter-organizational relationships and networks in the sports industry. - A literature review enriched by illustrative cases. (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Juli 2019
13	The role of institutions in the sport service ecosystem. (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Juli 2019
14	Offline-Instrumente des Coworking	BWL XIV	Kopplin	Bis 28. Juli 2019
15	Big Five des Coworking	BWL XIV	Kopplin	Bis 28. Juli 2019
16	Kundenbewertung vs. Country-of-Origin – What matters more?	BWL XIV	Brand	Bis 28. Juli 2019
17	Coopetition bei der Internationalisierung des deutschen E-Commerce	BWL XIV	Brand	Bis 28. Juli 2019
18	Predictive Analytics im E-Commerce: Ein Literature Review	BWL XIV	Rausch	Bis 28. Juli 2019
19	State-of-the-Art in Big Data Analytics im E-Commerce	BWL XIV	Rausch	Bis 28. Juli 2019
20	Aus dem Vollen schöpfen - Nutzungsmöglichkeiten unbeschrifteter Daten in der Textanalyse via Deep Learning (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Derra	Bis 28. Juli 2019
21	Conversational User Interface - Literaturanalyse aus der Kundenperspektive	BWL XIV	Ewers	Bereits vergeben

## Themen für **Masterarbeiten**

(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	Einen Coffee-to-go bitte! - Eine empirische Analyse zum Nutzungsverhalten von Einwegbechern (bitte Prioritär und zeitnaher Beginn)	BWL III	Diekmann	Bis 28. Juli 2019
2	Gelber Sack oder Restmüll? - Eine empirische Analyse zur Wirkung von Recyclinglabels auf das Recyclingverhalten von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 28. Juli 2019
3	Gelber Sack, Blaue Tonne, Wertstoffhof - Eine empirische Analyse zur Bedeutung von Recycling aus Konsumentensicht	BWL III	Diekmann	Bis 28. Juli 2019
4	Vegan gleich Vegan? Empirische Analyse zur Wirkung von Vegan-Labels auf die Wahrnehmung des Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bereits vergeben
5	Chancen und Risiken der Offenlegung von Targeting-Strategien im Online-Marketing	BWL III	Schreder	Bis 28. Juli 2019
6	Purposeful Employer Brands: Arbeiten mit Sinn?	BWL III	Schreder	Bis 28. Juli 2019
7	Das smarte Zuhause als Schaltzentrale!? - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 28. Juli 2019
8	"Alexa, du Depp!?" - Service failures bei digitalen Sprachassistenten	BWL III	Föhr	Bis 28. Juli 2019
9	Evaluation des Projektes BeWEG aus Sicht des Nudgings	BWL III	Prof. Germelmann	Bereits vergeben

10	Evaluation des Projektes BeWEG aus Sicht der Gesundheits- und Bewegungsforschung	BWL III	Prof. Germelmann	Bereits vergeben
11	Deal characteristics and asset pricing in sport sponsorship - Eine Analyse aus der Perspektive von Sponsoren	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Juli 2019
12	Deal characteristics and asset pricing in sport sponsorship - Eine Analyse aus der Perspektive von Gesponserten	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 28. Juli 2019
13	Technological trends in omni-channel retailing - A German-Chinese comparison	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
14	Text Mining mit Deep Learning	BWL XIV	Rausch	Bis 28. Juli 2019
15	Vorhersagen mit Machine Learning (optional auf englisch: Predicting with Machine Learning)	BWL XIV	Rausch	Bis 28. Juli 2019
16	Maßnahmen zur Prävention von digitalem Stress am Arbeitsplatz - Eine qualitative Erhebung mit Fokus auf den Mittelstand (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Becker/ Eimecke	Bis 28. Juli 2019
17	Erfassung von digitalem Stress - Laborexperimente zur Validierung verschiedener Monitoring Instrumente (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Becker/ Eimecke	Bis 28. Juli 2019
18	Agiles Projektmanagement vs. Informationssicherheit - Freund oder Feind? (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Eimecke	Bis 28. Juli 2019
19	Chatbots als Schnittstelle zwischen Konsumenten und Unternehmen	BWL XIV	Ewers	Bereits vergeben

20	Nutzerakzeptanz von digitalen Sprachassistenten in Fahrzeugen	BWL XIV	Ewers	Bereits vergeben
----	---	---------	-------	------------------

## Themen für **Wiwiz**

(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	#Ad - Verbraucherschutzrechtliche Aspekte im Influencer Marketing	BWL III	Föhr	Bis 28. Juli 2019
2	Rechtliche Bedenken beim E-Commerce mit außereuropäischen Dritten	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
3	Informationssicherheit bei kleinen und mittelständischen Unternehmen - Gesetzliche Rahmenbedingungen und ökonomische Implikationen (in Kooperation mit dem BF/M-Bayreuth)	BWL XIV	Eimecke	Bis 28. Juli 2019