
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, 10. November 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, 28. November 2019 und **Freitag, 29. November 2019**.

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

Themenübersicht

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Consumption Context in Consumer Behavior - Eine literaturgestützte Analyse des State-of-the-Art	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
2	Alles gleich oder doch anders? - Wie Konsumenten mit smarten Technologien interagieren	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
3	"Wer bin ich - und wenn ja, wie viele?" - Social Identity Theory in der Marketingkommunikation	BWL III	Harnischmacher	Bis 10. November 2019
4	Purposeful Employer Branding in Oberfranken	BWL III	Schreder	Bereits vergeben
5	From private to business - Formen der Übernahme von Erwartungshaltungen.	BWL III	Winter	Bis 10. November 2019
6	Nachhaltig und wirtschaftlich erfolgreich - eine literaturgestützte Analyse des State-of-the-Art.	BWL III	Winter	Bis 10. November 2019
7	Actor-Mapping im Sponsoring - Eine beschreibende Analyse der am Sportsponsoring beteiligten Akteure	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
8	Der Sportsponsoringmarkt - eine holistische Analyse (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
9	Eine Netzwerk-Perspektive auf Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovationen im Social Entrepreneurship: eine State of the Art-Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019

10	Soziale Entrepreneurure und Veränderungen von Institutionen: eine State of the Art Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
11	Service Ökosysteme - State of the Art (Service Ecosystems - State of the Art) (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
12	Beispiele nachhaltiger Textilinnovation: Ein Überblick über erfolgreiche Projekte	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
13	Innovationslabore der Konsumgüterindustrie: Ein Überblick	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
14	Passform und Größenberatung im E-Commerce: Fit Finder und Co	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
15	Effektive Lösungsansätze zur Retourenverhinderung im E-Commerce	BWL XIV	Brand	Bis 10. November 2019
16	Mobile Wallet Adaption im M-Commerce	BWL XIV	Brand	Bis 10. November 2019
17	Willingness-to-pay für Workstream Collaboration Tools in der Ideenfindungsphase	BWL XIV	Kopplin	Bis 10. November 2019
18	Willingness-to-pay für Workstream Collaboration Tools in der Produktentwicklungsphase	BWL XIV	Kopplin	Bis 10. November 2019
19	Kollaboration in der Neuproduktentwicklung – Präferenzmessung in der Ideation Phase	BWL XIV	Kopplin	Bis 10. November 2019
20	Akzeptanz von Instant Messaging im Innovationsmanagement)	BWL XIV	Kopplin	Bis 10. November 2019

21	Auswirkungen von eWOM auf die Nützlichkeit - eine Analyse mittels Text Mining	BWL XIV	Rausch	Bis 10. November 2019
22	Klassifizierung von Augmented Reality Brand-Apps: Einsatz einer Taxonomie	BWL XIV	Dr. Rese	Bis 10. November 2019
23	Welche Merkmale sind bei Augmented Reality Apps wichtig?	BWL XIV	Dr. Rese	Bis 10. November 2019
24	Tourismusverhalten von Millenials	BWL XIV	Dr. Rese	Bis 10. November 2019

Themen für Masterarbeiten

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)

	Titel	Lehrstuhl	Kontaktperson	Bewerbung möglich
1	Der direkte Draht ins Wohnzimmer: Marketingkommunikation mit digitalen Sprachassistenten - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
2	"Alexa, du Depp!?" - Service failures bei digitalen Sprachassistenten	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
3	Das smarte Zuhause als Schaltzentrale - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 10. November 2019
4	Auswirkungen von Aktivierungsmaßnahmen im Sponsoring – Der Einfluss von Authentizität und anderen Sponsoren im Netzwerk	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
5	Market Shaping und Blue Ocean Strategy - eine empirische Analyse neuer Märkte im Sportsponsoring (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
6	Geschäftsmodellinnovationsprozesse in Social Enterprises: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019

7	Entstehung von Geschäftsmodellen im Social Entrepreneurship: eine Akteur zu Akteur (A2A) Perspektive	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
8	Engagement Plattformen als Geschäftsmodelle für Soziale Entrepreneure: eine vergleichende Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
9	Sport Service Ecosystems - Konzeptionalisierung und Konsequenzen für das Management (Sport Service Ecosystems - Conceptualisation and Managerial Consequences) (deutsch od. englisch)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019
10	Erfolgsfaktoren nachhaltiger Textilinnovation: Das Beispiel der ADIDAS AG	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
11	Sind Konsumenten bereit, für nachhaltige Textilien und Sportartikel mehr zu bezahlen?	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
12	Erfassung und Auswertung von Customer Journeys im Versandhandel	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
13	Erfolgsfaktoren der unternehmensübergreifenden Produkt- und Prozessentwicklung	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 10. November 2019
14	Onlineshopping im internationalen Kontext: Der Effekt von Herkunftslandlabels auf Preisbereitschaft	BWL XIV	Brand	Bis 10. November 2019
15	Der Trade-Off Nachhaltigkeit vs. Preis im Onlineshopping: Eine empirische Analyse am Beispiel eines Outdoor-Produkts	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
16	Benchmarking der Wagner-Festspiele – Ein Vergleich mit Bregenz und Salzburg	BWL XIV	Kopplin	Bereits vergeben
17	Eine Stärken-Schwächen-Analyse der Bayreuther Festspiele	BWL XIV	Kopplin	Bereits vergeben
18	Vorhersagen der Nützlichkeit von Online Reviews mit Predictive Analytics	BWL XIV	Rausch	Bis 10. November 2019

19	Predicting Online Shoppers' Purchase Intention	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
20	Vorhersage von Warenkorbabbrechern mittels Deep Learning	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben

Themen für **Wiwiz**

(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)

	Titel	Lehrstuhl	Kontaktperson	Bewerbung möglich
1	Rechtliche Grundlagen von Sponsoringverträgen und ökonomische Folgen einer frühzeitigen Vertragsbeendigung	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 10. November 2019