

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

**WICHTIG: Dieses Dokument muss digital bearbeitet und digital abgespeichert werden!** Nur so ist eine automatisierte Auswertung möglich. Davon abweichende Bewerbungen können leider nicht berücksichtigt werden. **Bitte stellen Sie sicher, dass das gespeicherte und eingereichte Dokument alle notwendigen Informationen enthält.**

### Bewerbung für:

Bachelorarbeit	
Masterarbeit	
WiWiZ-Abschlussarbeit	

### Persönliche Angaben:

Vorname	
Nachname	
Matrikelnummer	
E-Mail	

Studienfach	
Semesterzahl (aktuell)	
ECTS (lt. CampusOnline-Auszug inkl. eingebrachter Sprachkurse*)	

(\*Geben Sie vor der Bewerbung um eine Bachelorarbeit bitte beim Prüfungsamt unbedingt an, welche Sprachkurse Sie einbringen möchten und nutzen Sie den aktuellsten CampusOnline-Auszug für Ihre Bewerbung. Nicht relevant für WiWiZ.)

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Spezialisierungsfächer:

Spezialisierungsfach Marketing & Konsumentenverhalten	
Spezialisierungsfach Marketing & Dienstleistungsmanagement	
Spezialisierungsfach Marketing & Innovation	

(Setzen Sie bitte nur dann einen Haken, wenn Sie die jeweiligen Vertiefungsveranstaltungen und Seminare (bzw. seminaräquivalente Veranstaltungen) **erfolgreich abgeschlossen haben** bzw. wenn Sie diese noch vor der finalen Themenbekanntgabe (ca. zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist) abschließen werden. Bitte keinen Haken setzen, wenn Sie die entsprechenden Veranstaltungen aktuell noch besuchen, oder dafür angemeldet sind; nicht relevant für WiWiZ und Sportökonomie B.Sc.)

Sonstige Spezialisierungsfächer	
1)	
2)	

Ab wann können Sie Vollzeit (!) an der Abschlussarbeit arbeiten (Datum):

(Geben Sie bitte das Datum (Format: DD.MM.YY) an, ab dem Sie (annähernd) Vollzeit an Ihrer Abschlussarbeit arbeiten können. Bitte beachten Sie unbedingt, dass Abschlussarbeitsthemen nicht reserviert werden können. **Mit Ihrer Bewerbung für eine Abschlussarbeit geht einher, dass Sie spätestens zum hier definierten Datum mit der Bearbeitung starten können.** Alle Arbeiten werden jedoch zwingend wenige Wochen nach der Themenzusage offiziell angemeldet.)

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Übersicht ECTS\*

<b>Geschriebene, aber noch nicht in CampusOnline eingetragene Leistungen</b>  (Geben Sie bitte an, wie viele (Anzahl: 1,2,3...) Leistungen (Seminare; Vorlesungen; exkl. Abschlussarbeit) noch nicht in CampusOnline eingetragen sind. <b>Bitte nur Zahlen eintragen.</b> )	<b>Summe offene ECTS</b>  (bitte selbstständig ausrechnen)
<b>Noch zu erbringende Leistungen im Nachholtermin (oder zum Ende des kommenden Semesters)</b>  (Geben Sie bitte an, wie viele (Anzahl: 1,2,3...) Leistungen (Seminare; Vorlesungen; exkl. Abschlussarbeit) noch zu erbringen sind. <b>Bitte nur Zahlen eintragen.</b> )	<b>Summe noch zu erbringende ECTS</b>  (bitte selbstständig ausrechnen)
<b>Summe fehlende ECTS gesamt</b>  (wird automatisch berechnet)	

(\*nicht relevant für WiWiZ)

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Themenübersicht Bachelorarbeiten

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

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

Themen für <b>Bachelorarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
<b>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt-person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
	Das ist meins! - Wirkung und Einflussfaktoren von Psychological Ownership im Marketing	BWL III	Diekmann	Bis 16. Juli 2020
	Die hörbare Marke? – Ein Literaturüberblick zum Audiobranding	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
	Podcasts als Instrument der Marketingkommunikation – Ein wissenschaftlicher State-of-the-Art	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
	„It’s a kind of magic?“ – Wizard-of-Oz-Experimente in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung. Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
	From private to business – Formen der Übernahme von Erwartungshaltungen	BWL III	Winter	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Die Auswirkungen der Corona-Krise auf das Sportsponsoring - Eine Analyse am Beispiel des FC Bayern München	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
	Digitalization and disruptive technologies: Chances and risks for business development in the manufacturing industry?	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Digitalization and disruptive technologies: Chances and risks for business development in the service industry?	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
	Social entrepreneurial ecosystems im Vergleich mit entrepreneurial ecosystems: Besonderheiten und Unterschiede	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
	Zukunft nachhaltiger Sportartikel: Eine Szenarioanalyse	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020
	E-Servicescapes im deutsch-chinesischen Vergleich: Treiber und Barrieren bei Silver Agern	BWL XIV	Brand	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Online Customer Reviews vs. Country-of- Origin: Examining the influence on purchase decision in e-commerce for Chinese and German consumers	BWL XIV	Brand	<b>Bereits vergeben</b>
<b>V</b>	Einflussfaktoren auf die Kaufabsicht nachhaltiger Kleidung	BWL XIV	Rausch	<b>Bereits vergeben</b>
<b>V</b>	Sportsponsoring in Krisenzeiten - Kurzfristige Auswirkungen der Corona Pandemie auf das Sportsponsoring im deutschen Profifußball	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
	Bundesliga 4.0 - Einsatz von Spielanalysen in Echtzeit im Rahmen der Kooperation von DFL und AWS	BWL XV	Anderski	Bis 16. Juli 2020
	Kommunikation der Markenidentität von Klubmarken - Ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung unter besonderer Berücksichtigung des Einflusses digitaler Technologien	BWL XV	Griebel	Bis 16. Juli 2020

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Kokreation der Markenbedeutung von Klubmarken – Ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung	BWL XV	Griebel	Bis 16. Juli 2020
	Digitales Sportsponsoring – Eine Einschätzung aktueller Maßnahmen und zukünftiger Strategien	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 16. Juli 2020

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Themenübersicht Masterarbeiten

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

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

Themen für <b>Masterarbeiten</b>				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
<b>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt-person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
	Gelbe Tonne, Restmüll & Co. - Eine experimentelle Analyse zum Einfluss von Recycling-Labels auf das Recyclingverhalten von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 16. Juli 2020
	A friend in crisis? – Konsumentenerfahrungen mit digitalen Sprachassistenten während der Corona-Krise. Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
	Digitale Sprachassistenten in menschlichen Partnerschaften - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 16. Juli 2020
	Conceptualization of sponsorship as multi-actor platform - A multiple case study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Sponsorship Engagement in Sports: A comparative case study of online and offline platforms	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	<b>Bereits vergeben</b>
	Covid-19 Krise als Auslöser für Geschäftsmodellinnovationen: eine empirische Analyse in der Kulturszene	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
	Covid-19 als Auslöser für radikalen institutionellen Wandel im Dienstleistungssektor: eine multicase study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020

## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

	Krisen als Auslöser für innovatives Verhalten von Akteuren: eine empirische Analyse	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 16. Juli 2020
	Online-Verkauf durch Sportartikelhersteller: Eine empirische Untersuchung der Erfolgsfaktoren	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020
	Macro-Influencer bei Sportartikeln: Eine empirische Untersuchung der Erfolgsfaktoren	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 16. Juli 2020
	Preisbündelung mittels ACBC: Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Sura Running (mit Unternehmenskooperation)	BWL XIV	Brand	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Mobile Commerce: Warum shoppen Konsumenten via Handy?	BWL XIV	Rausch	<b>Bereits vergeben</b>
	Nachhaltigkeit konkretisieren: Erhöhen Verbildlichungen des eigenen Impacts die Kaufabsicht nachhaltiger Produkte?	BWL XIV	Rausch	Bis 16. Juli 2020
<b>V</b>	Amazon Brand Stores – Eine empirische Analyse des Potenzials eines eigenen Amazon Stores für Bundesligisten	BWL XV	Anderski	<b>Bereits vergeben</b>
	Rechtsformen in der Bundesliga - Ist eine Ausgliederung der Profiabteilung zwingend notwendig? Eine multiple Fallstudienanalyse	BWL XV	Anderski	Bis 16. Juli 2020
	Cultural Brand Meaning – Ein systematischer Überblick zum Stand der Forschung im Marketing und Ableitung von relevanten Forschungsansätzen im Sportmanagement	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 16. Juli 2020



## Bewerbung Abschlussarbeit im Arbeitsbereich MuSe

### Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

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>Prio</b>	<b>Titel</b>	<b>Lehrstuhl</b>	<b>Kontakt-person</b>	<b>Bewerbung möglich</b>
	Wirtschaftliche Auswirkungen der Corona Pandemie auf Sportorganisationen	BWL XV	Anderski	Bis 16. Juli 2020
	Wie attraktiv ist das Live-Erlebnis Sport noch? Eine aktuelle Bestandsaufnahme zum Medienkonsum von Sport	BWL XV	Prof. Ströbel	Bis 16. Juli 2020