

Informationsveranstaltung des Arbeitsbereichs *Marketing und Services (MuSe)* für Interessenten der Master-Studiengänge BWL und Sportökonomie

**am 03.11.2020 (Wintersemester 2020/21)
von 12:15 bis 13:45 Uhr, digital per Zoom**

Weitere
Studiengänge
(MeKuWi, GÖ, etc.)
beraten wir gern!

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten)

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl für Marketing & Innovation)

Prof. Dr. Tim Ströbel (Lehrstuhl für Marketing & Sportmanagement)

Prof. Dr. Bettina Lis (Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

Prof. Dr. Maximilian Röglinger (Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement)

- 1. Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr.
Daniel Baier**
(LS für Marketing & Innovation)



**Prof. Dr. Claas
Christian Germelmann**
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



**Prof. Dr.
Tim Ströbel**
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



**Prof. Dr.
Herbert Woratschek**
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



**Prof. Dr.
Bettina Lis**
(LS für Allgemeine
Betriebswirtschaftslehre)



**Prof. Dr.
Maximilian Röglinger**
(Professur für Wirtschaftsinformatik und
wertorientiertes Prozessmanagement)



**PD Dr.
Alexandra Rese**
(LS für Marketing & Innovation)



Dr. Julia Fehrer
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement &
The University of Auckland, Neuseeland)



Matthias Anderski
Master of Science
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Carmen Back
Sekretariat
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Benedikt Brand
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Markus Buser
M.Sc. SpOec
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Larissa Diekmann
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Karolina Ewers
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Marius Fortagne
Master of Science
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



Jonas Föhr
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Lars Griebel
Bachelor of Science
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Jannike Harnischmacher
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Jessica Kiesswetter
Sekretariat
(LS für Marketing & Innovation)



Cristopher Kopplin
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Franziska Kullak
Master of Science
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Lisa-Marie Merkl
Bachelor of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Khanh Nguyen
Master of Science
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



Anja Petersen
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Theresa Rausch
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Jan Schönberner
M.Sc. SpOec
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Regina Schreder
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Jennifer Weiß
Bachelor of Science
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Andreas Winter
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Sandra Ziewiecki
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)

Gastprofessoren im Arbeitsbereich MuSe



Laurence Ashworth

(Queen's School of Business,
Kingston, Canada)



Jonathan Baker

(University of Auckland,
New Zealand)



Dip Biswas

(University of South Florida, USA)



Rod Brodie

(University of Auckland,
New Zealand)



Bettina Cornwell

(Lundquist College of Business,
University of Oregon, USA)



Geoff Dickson

(La Trobe University Melbourne,
Australia)



Peter Darke

(York University, Canada)



Anna Gerke

(Audencia Business School, Nantes)



Jürgen Gnoth
(University of Otago, New Zealand)



Jean-Luc Hermann
(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



Elina Jaakkola
(University of Turku, Finland)



Mathieu Kacha
(Institut Universitaire de Technologie de
Metz, France)



Constantine Katsikeas
(University of Leeds, UK)



Dongfeng Liu
(Shanghai University of Sport, Shanghai)



Atsuho Nakayama
(Tokyo Metropolitan University)



Fergus Neville
(University of St Andrews, UK)



Norm O'Reilly
(Ohio University, USA)



Risto Rasku
(Sport Business School, Finland)



Dave Ridpath
(Ohio University, USA)



Harold Riemer
(University of Regina, Canada)



Emilia Smolak Lozano
(University of Malaga, Spain)



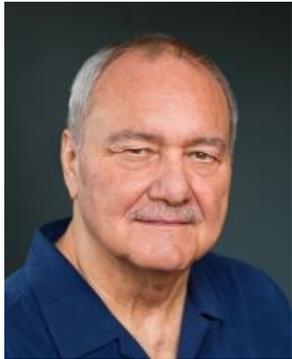
James Santomier
(Sacred Heart University, USA)



Lorn Sheehan
(University of Halifax, Canada)



Marijke Taks
(University of Ottawa, Canada)



Stephen L. Vargo
(University of Hawaii, USA)



Björn Walliser
(Université de Lorraine, Nancy, France)



Hans Westerbeek
(University Melbourne, Australia)



Bradley Wilson
(Universidad de los Andes, Colombia)

facebook

E-Mail-Adresse oder Handynummer Passwort Anmelden
[Passwort vergessen?](#)



Marketing und Services - MuSe
Uni Bayreuth
[@marketing.und.services](#)

Startseite

- Beiträge
- Videos
- Fotos
- Info
- Community
- Veranstaltungen

Seite erstellen



👍 Gefällt mir
🔗 Teilen
⋮

Nachricht senden

Beiträge



Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth

2. September · 🌐

Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an tanja.heinlein@uni-bayreuth.de.
#MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing

Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth

Hochschule und Universität in Bayreuth

Der Arbeitsbereich MuSe

Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...

[Mehr anzeigen](#)

Community Alle ansehen

👍 533 Personen gefällt das

MARKETING UND 2018 SERVICES



Tätigkeitsbericht des Arbeitsbereichs Marketing und Services 2018

Lehrstuhl für Marketing
& Innovation
Prof. Dr. Daniel Baier

Lehrstuhl für Marketing
& Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Claas Christian Gemelmann

Lehrstuhl für Marketing
& Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Herbert Woratschek

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrprogramm Master BWL

Überblick über die Master-Modulbereiche



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Dialogmarketing <u>oder</u> Marketing & Sportmanagement </div>	Dienstleistungs- management <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>	MuSe Ergänzungs- modulbereich <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px;"> <p>max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p> </div>
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<div style="text-align: right; font-size: small; color: orange; border: 1px solid orange; padding: 2px; display: inline-block;">Empfehlungen</div> Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence		

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<p style="text-align: center;">Marketing</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Dialogmarketing <u>oder</u> Marketing & Sportmanagement </div>	<p style="text-align: center;">Dienstleistungs- management</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>	<p style="text-align: center;">MuSe Ergänzungs- modulbereich</p> <p style="text-align: center;">max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p>
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<p style="text-align: right; color: orange; font-weight: bold; border: 1px solid orange; padding: 2px;">Empfehlungen</p> <p>Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <u>oder</u> Strategische Rechtskommunikation <u>oder/und</u> Data Mining im Marketing mit R <u>oder/und</u> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing</p> <p>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence</p>		

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit													
Modulbereich „große“ Vertiefung (36 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 365 1384 458" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1398 365 2001 458" style="text-align: center;"> Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 465 1384 586" style="text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="1398 465 2001 1079" rowspan="4" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • Mehrere B1-6 Forschungsprojekte * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 594 851 758" style="text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </td> <td data-bbox="861 594 1384 758" style="text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 765 851 936" style="text-align: center;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Marketing & Sportmanagement </td> <td data-bbox="861 765 1384 936" style="text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 943 1384 1079" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok)) </td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • Mehrere B1-6 Forschungsprojekte * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht	Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing	Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Marketing & Sportmanagement	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))	
Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services												
Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • Mehrere B1-6 Forschungsprojekte * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht												
Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing													
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Dialogmarketing <i>oder</i> Marketing & Sportmanagement	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement													
Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))														
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 1115 2001 1305" style="text-align: center;"> Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </td> </tr> </table>		Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence											
Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence														

Empfehlungen

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit									
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-3: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement									
Vertiefungs- modul BWL B-1 24 LP + 6 LP	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td data-bbox="339 519 1147 644" style="width: 50%; color: green;"> Marketing </td> <td data-bbox="1174 519 1982 644" style="width: 50%; color: green;"> Dienstleistungs- management </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="339 648 1982 758"> Hauptseminar Marketing & Services </td> </tr> <tr> <td data-bbox="339 762 1147 948"> Marketing A: B1-1 Konsumentenverhalten </td> <td data-bbox="1174 762 1982 948"> DLM A: Wert im B1-4 Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td data-bbox="339 952 1147 1152"> Marketing B: B1-3 Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Dialogmarketing <u>oder</u> Marketing & Sportmanagement </td> <td data-bbox="1174 952 1982 1152"> DLM B: B1-2 Qualität im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> Dialogmarketing </td> </tr> </table>		Marketing	Dienstleistungs- management	Hauptseminar Marketing & Services		Marketing A: B1-1 Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im B1-4 Dienstleistungsmanagement	Marketing B: B1-3 Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Dialogmarketing <u>oder</u> Marketing & Sportmanagement	DLM B: B1-2 Qualität im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> Dialogmarketing
Marketing	Dienstleistungs- management									
Hauptseminar Marketing & Services										
Marketing A: B1-1 Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im B1-4 Dienstleistungsmanagement									
Marketing B: B1-3 Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Dialogmarketing <u>oder</u> Marketing & Sportmanagement	DLM B: B1-2 Qualität im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> Dialogmarketing									
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulebereich A A-1-2: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (bis zu 11 LP)									

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. **MuSe-Besonderheiten**
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Autonome Masterarbeit

30 ECTS

- 24 Wochen
- Note:

100% Masterarbeit

Integrierte Masterarbeit

12 ECTS aus Projektseminar

18 ECTS aus Masterarbeit

- 16 Wochen
- Note:

40% Projektseminar

60% Masterarbeit

Anmerkung: Die 12 ECTS aus dem ursprünglichen Projektseminar gehen dann in der Masterarbeit auf und müssten neu belegt werden...

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen für:
 - **Marketing & Innovation** (Prof. Dr. Daniel Baier)
 - **Marketing & Konsumentenverhalten** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
 - **Marketing & Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
 - **Marketing & Sportmanagement** (Prof. Dr. Tim Ströbel)
- Die Themenausschreibung erfolgt **zweimal pro Semester** i.d.R. zu Beginn (1. Anmeldezeitraum) und gegen Ende der Vorlesungszeit (2. Anmeldezeitraum).
- Berücksichtigen Sie auch die Themen für eine Abschlussarbeit im Arbeitsbereich „Marketing und Services (MuSe)“: Des **Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** (Prof. Dr. Bettina Lis) und der **Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** (Prof. Dr. Maximilian Röglinger)
- Für Informationen bzgl. der Themen und Bewerbung, bitte Aushänge der Lehrstühle beachten!

Zum Erwerb des Marketing & Services-Zertifikats sind aus dem Vertiefungsblock („große“ Vertiefung) 36 Leistungspunkte im Rahmen des Vertiefungsmodulbereichs und zusätzlich die 30 Leistungspunkte des Masterarbeitsmoduls am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten, Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement, Lehrstuhl für Marketing & Innovation oder am Lehrstuhl für Marketing & Sportmanagement zu erbringen (inkl. Masterarbeit).

Das Zertifikat ist über den Lehrstuhl BWL I von Prof. Schäfer (für BWL) bzw. über den Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement (für Sportökonomie) zu beantragen.



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ZERTIFIKAT

Marketing und Services (MuSe)
im

Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Frau Exemplar Muster, geboren am 1.1.2000 in Mittelpunk, hat im Schwerpunkt ihres Masterstudiums der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth die große Vertiefung Marketing und Services (MuSe) studiert.

Diese Vertiefung fußt auf einer wissenschaftlich fundierten und zugleich anwendungsorientierten Ausbildung in marketingorientierter Unternehmensführung. In den interdisziplinären Modulen hat sich Frau Exemplar Muster aktuelle wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse angeeignet und in Projekten umgesetzt. In verschiedenen Veranstaltungstypen (Vorlesungen, Übungen, Seminare, Case Studies, Blended Learning, Projektarbeiten und Masterarbeit) werden neben Professoren und Dozenten auch internationale Gastwissenschaftler und renommierte Praktiker integriert. Wichtige Kompetenzfelder in der Vertiefung Marketing und Services sind:

- Wertbasierte Strategieentwicklung und Innovationen
- Konsumentenverhalten und Service-Profit Chain
- Empirische Marketingforschung, insbesondere in den Bereichen Sport, Medien, Handel, Gesundheit und Kultur
- Forschung-Praxis-Transfer im Marketing-, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement

Auf dieser Basis wird sie später in der Lage sein, anspruchsvolle Fach-, Führungs- und Beratungsaufgaben im Marketing- und Dienstleistungsmanagement zu übernehmen.

Die Schwerpunktmodule dieser Vertiefung werden von den Lehrstühlen Betriebswirtschaftslehre III: Marketing und VIII: Dienstleistungsmanagement und der Juniorprofessur Direct Marketing getragen. Die belegten Module und erreichten Modulnoten sind im Masterzeugnis gelistet.

Bayreuth, den 00.00.2012.
Moderator des Masterstudiengangs
Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Prof. Dr. Klaus Schäfer



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Prof. Dr. T. Eymann
Prof. Dr. G. Fridgen
Prof. Dr. N. Urbach
Prof. Dr. M. Röglinger

Du möchtest Experte für
Digitalisierung werden?

Informiere dich über das

**Zertifikat
Digitale Wirtschaft**

und lasse dir deine Qualifikation
bescheinigen!

Weitere Informationen unter:
www.wi.uni-bayreuth.de



1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. **Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021**
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing B: Unternehmenskommunikation und Medien im Marketing (Corporate Communication, Media and Marketing) – Online Vorlesung: Germelmann / Übung: Föhr (in Englisch)	V 3-2	B-1-2
Hauptseminar im Marketing (Integrating Media and Advertising — Challenges and Opportunities for Marketers, Media, and Consumers) Germelmann / Herrmann → <i>Letzte Restplätze verfügbar (E-Mail an Herrn Föhr)</i>	V 3-3	B-1-5
Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt (Sportmarketing) – Online Germelmann / Harnischmacher / Merkl	B 1-6	D-2 (B 1-6)
Grundlagen des Medienmanagements – Hybrid (Online & Präsenz) Germelmann → MeKuWi: A-4.2	-	-

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Co-Creative Colloquium – Online Germelmann / Merkl	fakultativ	fakultativ
Proseminar: Techniken des wiss. Arbeitens – Online Diekmann	fakultativ	fakultativ

Intense digital block seminar in cooperation with the Kelley School of Business from Indiana University (USA)

- **Target group:**
 - Master students of *Sport, Business and Law & Business Administration*
- **Dates:**
 - Monday, 30th of November 2020 until Friday, 11th of December 2020
 - 30th of November until 4th of December: daily Zoom meetings
 - 5th of December until 11th of December: free time to work on the case
- **Grading & Crediting:**
 - Participation during the seminar and final presentation of the case study
 - Successful participation will be graded with 6 ECTS (full participation from 30th of November 2020 until Friday, 11th of December 2020 is required)
- **Application deadline:**
 - Sunday, 8th of November 2020
 - Including a short letter of motivation and CV
 - Contact: jannike.harnischmacher@uni-bayreuth.de

Exklusive
Chance!!



Sponsorship-linked Marketing

- What?
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: Until **29.01.2021**
- Lecturer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer;
Technische Universität München
- Grading: Based on exam (multiple choice and prose, 60 minutes)
- Applicable towards: V 3-2 Marketing B, or “Ergänzungsmodulbereich”
- Registration at the VHB homepage. Further information:
<https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true>



- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zur Vorbereitung auf wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master, WiwiZ)
- Themen:
 1. Bewertungskriterien
 2. Forschungsfrage
 3. Gliederung
 4. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
 5. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
 6. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
 7. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann
- **Anmeldung:** Nicht notwendig
- Online (nähere Informationen siehe CampusOnline)
- Termine: Blockveranstaltung voraussichtlich Ende Februar/Anfang März 2021. Informationen finden Sie zu gegebener Zeit auf der Homepage des Marketing Lehrstuhls (**bitte im Newsletter des Marketing Lehrstuhls eintragen!**). (Interaktive Veranstaltung im November 2020 entfällt; Lehrvideos finden Sie im E-Learning-Kurs: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=26590>)

Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement

Prof. Dr. Herbert Woratschek

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung in Campus-Online für Übungs- gruppen bis 08.11.2020	Qualität im Dienstleistungsmanagement VL: Woratschek Ü: Schönberner, Kullak, in 4 Gruppen nach Ankündigung (siehe Aushang für detaillierte Informationen)	V-8-2 (DLM B)	B-1-2a (DLM B)
Siehe gesonderte Aushänge mit zusätzlichen Informationen	Angewandte Marktforschung: Value Capture im Sponsoring Woratschek, Schönberner <u>Läuft bereits</u>	B-1-1.3 / V-8-3 / M-2	B-1-5 / D-3 / E-2
	Hauptseminar im DLM: Platform Business Models – Entwicklung von digitalen Geschäftsmodellen in der Praxis für Start Ups von Lingen, Buser <u>Läuft bereits</u>	V-8-3	B-1-5
	Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung vom 02.11. bis 03.11.2020 über CampusOnline.	Schlüsselqualifikation Business Etikette (2 ECTS) V: Thammer, Blockveranstaltung, 23.11. bis 26.11.2020	Ergänz.	D
	DLM/SMV: Strategy in a Dynamic World V: Baker, online Blockveranstaltung, 17.11 bis 17.12.2020	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Sports industry and Marketing in China V: Liu, online Blockveranstaltung, 19.11 bis 17.12.2020	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Risk Management V: Ridpath, online Blockveranstaltung, 07. bis 22.01.2021	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Leadership and Motivation V: Riemer, online Blockveranstaltung, 08. bis 19.12.2020	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Beschwerdemanagement V: Macht, Präsenz-Blockveranstaltung, 13.11. und 04.12.2020	Ergänz.	A-1-5 / D
Anmeldung 26.-27.10. über CO	DLM/SMV: Wirtschaftspsychologie und Sportsponsoring V: Ellert, online Blockveranstaltung, 02.11. und 05.11.2020	Ergänz.	A-1-5 / D

Für die exakten Termine der Spezialisierungsveranstaltungen konsultieren Sie bitte die Semesterinfo unter <https://www.dlm.uni-bayreuth.de/de/lehre/index.html> und/oder Campus Online.

Lehrstuhl für Marketing & Innovation

Prof. Dr. Daniel Baier

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Innovationsmarketing (Baier, Kopplin) (digital, VL und Ü als Videos im elearning; Live-Termine zu den Übungen) VL: ab dem 03.11. wöchentlich Live-Ü: 12.11., 26.11., 10.12., 07.01., 21.01., 04.02. (14-16 Uhr)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen: Bedeutung und Risiken von Innovationen, Innovationsarten (Produkt-, Prozess-, Markt-, Technik-, inkrementelle, radikale Innovationen), Phasenmodelle („moderne“ Phasenmodelle, Stage-Gate-Prozess), agile Produktentwicklung, Erfolgsfaktoren für Produktinnovationen (Erfolgsfaktorenforschung, Prognosemodelle) ▪ Vom Innovationsbedarf zum Konzept: Ideenfindung (u.a. Brainstorming, SIL, Synektik, Morphologischer Kasten, progressive Abstraktion), Ideenbewertung (u.a. Checklisten, Scoring-Modelle, Risikoanalyse, finanzmathematische Methoden), Konzeptgestaltung (u.a. Fokusgruppen, Conjointanalyse) ▪ Vom Konzept zur Markteinführung: Testmarktforschung (u.a. monadische und komparative Testmarktsimulation), Preisfindung (Expertengespräche, direkte, indirekte Kundenbefragung, Preisexperimente), Adoption und Diffusion (Rogers, Bass) ▪ Zur Verbindung von Produkt- und Prozessinnovation: Qualitätsgestaltung (Quality Function Deployment), Target Costing ▪ Strategische Aspekte: Branchenentwicklungsmodell, Technologie-Portfolios, „Closed“ vs. „Open“ Innovation 	als V 8-1b (DLM A) anrechenbar	als B-1-3 (DLM A) anrechenbar

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Marketing Intelligence (Baier, Kopplin) (digital, VL und Ü als Videos im elearning; Live-Termine zu den Übungen) VL: ab dem 05.11. wöchentlich bereitgestellt (Panopto), Ausnahme: am 10.12.: Gastvortrag von Celonis, Live, Ankündigung folgt Live-Ü: 13.11., 27.11., 11.12., 08.01., 22.01., 05.02. (10-12 Uhr)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung ▪ Informationsbedarf und Datenquellen ▪ Datengewinnung: <i>Reliabilität und Validität von Messungen, Stichprobenplanung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Panelforschung</i> ▪ Datenauswertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Regressionsanalyse, Clusteranalyse, Faktorenanalyse, Diskriminanzanalyse,</i> ▪ <i>Data Mining (Entscheidungsbäume, Random Forest, Neuronale Netze, Association Rules),</i> ▪ <i>Web Mining, Text Mining, Image Mining</i> ▪ Parallel: Einführung in R und Python, Erprobung der Methoden ▪ Literatur: Böhler, Germelmann, Baier, Woratschek (2021) Marktforschung, Kohlhammer Verlag 	als B 2-9 anrechenbar	als D-3 anrechenbar

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Textilinnovation)“ (Baier, Rausch) (in diesem Semester per Zoom) (in Kooperation mit der ADIDAS AG)</p> <p>In diesem Forschungsprojekt geht es ähnlich wie im letzten Wintersemester um die Entwicklung und Marktdurchsetzung nachhaltiger Textilien und Sportbekleidung (z.B. vegane Sneakers oder Parley von ADIDAS). Dieses Mal legen wir aber den Schwerpunkt auf Textilinnovationen auf Basis synthetischer Biopolymere, also T-Shirts und Sneaker, die zum großen Teil aus Materialien bestehen, die aus nachwachsenden Rohstoffen synthetisiert hergestellt werden und so den Erdölverbrauch reduzieren. Schwerpunkt dieses Mal sind (1) das Verständnis von und Erwartungen an Biopolymer-basierte Textilien, (2) Einflussfaktoren auf die Akzeptanz, (3) der Einführungsprozess und (4) „End of Life“. Das Forschungsprojekt wird idealerweise in Gruppen zu 3 bis 4 Studierenden bearbeitet, die Themen können mehrfach vergeben werden. Eine Anmeldung via Campus Online wird durch uns um 9:00 Uhr am 02.11.2020 freigeschaltet. Der Kickoff findet digital am 06.11. 10:15 Uhr statt (In Campus Online Angemeldete erhalten den Link).</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“ (Baier, Rausch) (in diesem Semester per Zoom) (unter Nutzung von Aufgabenstellungen aus Kaggle und der Industrie)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführung in R und die R-Schnittstellen zu Python (Tensorflow, Keras)</i> ▪ <i>Kurze Einführung zur Anwendung ausgewählter multivariater Verfahren (u.a. Diskriminanzanalyse) und Data-Mining-Verfahren (u.a. Entscheidungsbäume, Neuronale Netze, Text Mining, Deep Learning)</i> ▪ <i>Eigenständige Anwendung dieser Verfahren zur Lösung eines Data-Mining-Problems im Marketing oder anderen Anwendungsgebieten</i> <p>Eine Anmeldung über Campus Online wird durch uns um 9:00 Uhr am 02.11.2020 freigeschaltet. Der Kickoff findet digital am 06.11. 08:15 Uhr statt (In Campus Online Angemeldete erhalten den Link).</p> <p>An ausgewählten Tagen findet jeweils freitags 08:15-09:45 Uhr eine Zoom-Konferenz statt. Die Angemeldeten erhalten per Mail eine Einladung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführende Vorlesung/Rechnerübung am 6.11., 13.11., 20.11.2020.</i> ▪ <i>Zwischenpräsentationen am 18.12.2020 und am 15.01.2021,</i> ▪ <i>Digitale Endabgabe am 31.03.2021.</i> <p><i>6 ECTS. Das Forschungsprojekt wird idealerweise in Gruppen zu 3 bis 4 Studierenden bearbeitet.</i></p>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Rese) Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich	als V 3-3/ V 8-3 anrechenbar	als B 1-6/ B 1-7 anrechenbar
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X

Professur für Marketing & Sportmanagement

Prof. Dr. Tim Ströbel

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung von 29.10. bis 03.11. über cmlife	Dynamic Brand Capabilities im Kontext des Vernetzten Brandings HS: Anderski & Ströbel - <u>läuft bereits</u>	V8-3	B1-5
	Marketing & Sportmanagement – Aktuelle Aspekte der Digitalen Transformation VL: Ströbel	V3-2	B1-3a
	Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X

Anmeldung von 29.10. bis 01.11. über cmlife	DLM/SMV: Sportsponsoring S: Santomier, Online Kurs, Blockveranstaltung im Zeitraum 30.11.-18.12., Details werden gesondert bekannt gegeben	Ergänz.	A1-5/ D
	DLM/SMV: Innovationsmanagement in Sportorganisationen S: Gerke, Online Kurs, Blockveranstaltung im Januar, Details werden gesondert bekannt gegeben	Ergänz.	A1-5/ D

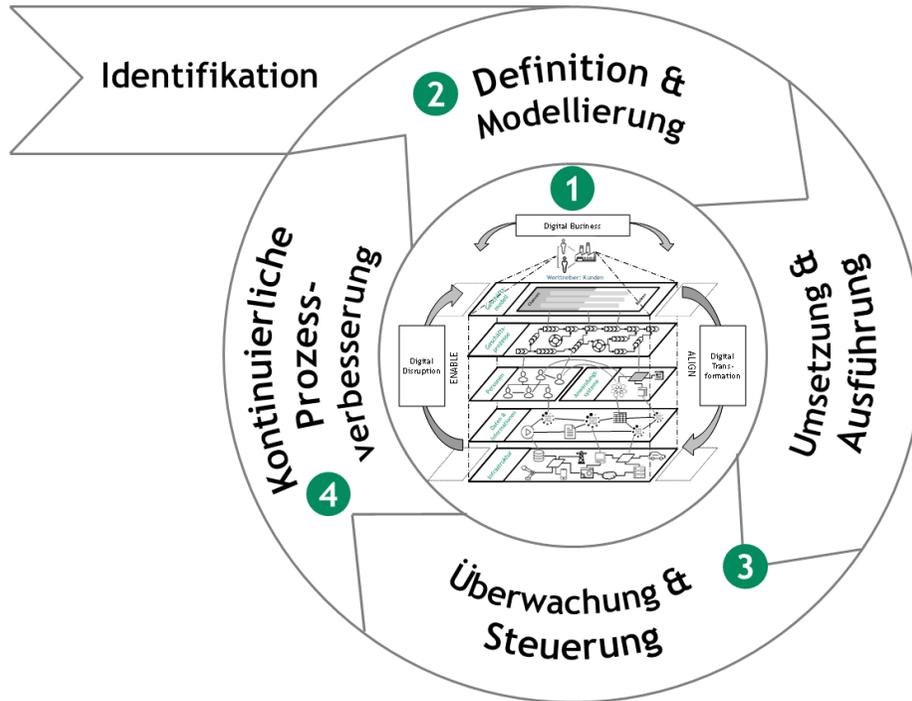
Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Bettina Lis

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Hauptseminar Allgemeine Betriebswirtschaftslehre „Schnelles Wachstum um jeden Preis? Geschäftsmodelle und Marketingstrategien für digitale Plattformen anhand von Fallstudien “</p> <p>Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich</p> <p>Bitte beachten Sie weitere Bekanntmachungen über die Homepage des Lehrstuhls und den E-Mail-Verteiler. Nächste Anmelde-möglichkeit vss. im Februar.</p>	V 3-3	B-1-5

Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Dr. Maximilian Röglinger



Modus:

Regulär im WiSe

Einbringbarkeit:

M.Sc. Betriebswirtschaftslehre
(kleine Vertiefung WI, große Vertiefung
TOP, Ergänzungsmodulbereich);
M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen

Leistungspunkte:

6 LP

Prüfungstermin:

tbd

Teilnehmerzahl:

unbegrenzt

Anmeldung:

Campus Online

Kontakt:

maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de

Weitere Infos:

<http://www.wi.uni-bayreuth.de>

Starttermin:

Wintersemester 2020/21

1

Grundlagen des
Prozessmanagements

3

Prozessindustrialisierung
und -digitalisierung

2

Prozessmodellierung
und -identifikation

4

Prozessverbesserung

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021
6. **Master ... und danach?**
7. Kontaktmöglichkeiten

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:

1. Als wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn
2. Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert

- Die Arbeit als Wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn:

- Verfolgen eines **selbstgewählten Dissertationsthemas**
- Mitarbeit an lehrstuhlübergreifenden **Forschungsprojekten**
- Vorbereiten und Halten von **Lehrveranstaltungen**
(z.B. Übungen, Seminare, Fallstudien, Planspiele, Projektseminar)
- Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
- Administrative Aufgaben am Lehrstuhl

→ Voraussetzung für Promotion Master bzw. Diplomabschluss mit Note „gut“ (§6 Promotionsordnung der RW-Fakultät)

→ Einen ersten Einblick liefert die Arbeit als **wissenschaftliche Hilfskraft und Tutor** (bei Ausschreibung bewerben)



} bei ganzer Stelle
~5 SWS Lehraktivitäten



Die RW Fakultät strebt weiterhin eine **Erhöhung des Frauenanteils von Promotionen** an.

Doktorandinnen können daher zusätzliche Fördermaßnahmen in Anspruch nehmen:

- **Zuschüsse** für Reisekosten (z.B. Tagungsgebühren), Forschungsreisen und Weiterbildungen
- **Hilfskraftmittel** (z.B. für die Unterstützung bei Forschungsprojekten)
- **Coaching-Programm** zur Unterstützung bei der Karriereplanung, Zeit- und Teammanagement sowie Work-Live-Balance
- **Fortbildungsmaßnahmen** in Zusammenarbeit mit dem Fortbildungszentrum Hochschullehre (FBZHL)
- **Stipendium** zur Abschlussphase der Promotion im Rahmen des „Programms zur Förderung der Chancengleichheit für Frauen in Forschung und Lehre“ des Freistaates Bayern (monatlich 1200€ für max. 3 Monate)
- **Fördermaßnahmen:** Ggf. stehen Gelder für eine studentische Hilfskraft oder andere Unterstützungsformen zur Verfügung.
- Die Universität Bayreuth setzt sich als **zertifizierte familiengerechte Hochschule** mit Nachdruck für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2020/2021
6. Master ... und danach?
7. **Kontaktmöglichkeiten**

Folgen Sie uns auf Facebook!



The image shows a screenshot of a Facebook profile page. At the top, there is a blue navigation bar with the Facebook logo on the left and a login section on the right with fields for 'E-Mail-Adresse oder Handynummer' and 'Passwort', and a blue 'Anmelden' button. Below the navigation bar is a large cover photo of a group of people in a hallway. Overlaid on the center of the cover photo is a white box with a green border containing the text 'facebook.com/marketing.und.services'. Below the cover photo is a white bar with interaction buttons: 'Gefällt mir', 'Teilen', and 'Nachricht senden'. On the left side of the profile, there is a circular profile picture with the 'MuSe' logo and 'UNIVERSITÄT BAYREUTH' text. Below the profile picture, the name 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' and the handle '@marketing.und.services' are displayed. A vertical menu on the left side lists options: 'Startseite', 'Beiträge', 'Videos', 'Fotos', 'Info', 'Community', and 'Veranstaltungen', with a green 'Seite erstellen' button at the bottom. The main content area shows a post from 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' dated '2. September'. The post text reads: 'Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an tanja.heinlein@uni-bayreuth.de. #MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing'. On the right side, there is a section titled 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' with the subtitle 'Hochschule und Universität in Bayreuth'. Below this is a section 'Der Arbeitsbereich MuSe' with a quote: 'Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...' and a 'Mehr anzeigen' link. At the bottom right, there is a 'Community' section showing '533 Personen gefällt das' and a link 'Alle ansehen'.

- **Lehrstuhl BWL III: Marketing & Konsumentenverhalten** – Prof. Dr. Claas Christian Germelmann
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 163, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6130, Fax +49 (0) 921 – 55-6132
Internet: www.marketing.uni-bayreuth.de, E-Mail: bwl3@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL VIII: Marketing & Dienstleistungsmanagement** – Prof. Dr. Herbert Woratschek
Universitätsstraße 30, Sportinstitut, Raum 1.09, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-3497, Fax +49 (0) 921 – 55-3496
Internet: www.dlm.uni-bayreuth.de, E-Mail: dlm@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** – Prof. Dr. Bettina Lis
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 152, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6111, Fax +49 (0) 921 – 55-6112
Internet: www.abwl.uni-bayreuth.de, E-Mail: abwl@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIV: Marketing & Innovation** – Prof. Dr. Daniel Baier
Universitätsstr. 30, Gebäude B9, Raum 20, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-4340, Fax +49 (0) 921 – 55-4342
Internet: www.innodialog.uni-bayreuth.de, E-Mail: bwl14@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL MAS: Marketing & Sportmanagement** – Prof. Dr. Tim Ströbel
Universitätsstr. 30, Gebäude Sportinstitut, Raum 1.35, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-3497, Fax +49 (0) 921 – 55-3496
Internet: www.mas.uni-bayreuth.de, E-Mail: mas@uni-bayreuth.de
- **Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** – Prof. Dr. Maximilian Röglinger
Wittelsbacherring 10, 95444 Bayreuth
Telefon: +49 921 55-4710, Fax: +49 921 55-84-4710
Internet: www.wpm.uni-bayreuth.de, E-Mail: maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de

- *Ansprechpartner für die Durchführung der MuSe-Informationsveranstaltung ist Herr Prof. Dr. Daniel Baier (BWL XIV – bwl14@uni-bayreuth.de)*

Hinweis:

- Bitte informieren Sie sich auch auf der MuSe-Portalseite unter www.muse.uni-bayreuth.de
- Jede hier aufgeführte Lehrstuhleinheit bietet zudem einen eigenen Newsletter zu aktuellen Nachrichten – bitte eintragen!