
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)

Bewerbungsverfahren

Die Bewerbung auf Abschlussarbeiten im MuSe-Bereich erfolgt ausschließlich über E-Learning. Bitte schreiben Sie sich daher in den nachfolgenden Kurs ein:
<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Wählen Sie in dem E-Learningkurs bitte die Arbeitsform aus, für die Sie sich bewerben möchten (d.h. BA, MA oder WiWiZ). Bitte folgen Sie dann den entsprechenden Anweisungen und laden Sie dort Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen hoch.

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **drei getrennte Dokumente** hochladen):

1. Aktueller **CampusOnline-** bzw. **CM Life- 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)

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 **Mittwoch, 11. Mai 2022 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „**vergeben**“

gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich. **Bei Fragen oder technischen Problemen wenden Sie sich bitte an muse@uni-bayreuth.de**

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), am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) oder am Lehrstuhl BWL XV (Marketing & Sportmanagement) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar kann als Onlineveranstaltung jederzeit über den folgenden E-Learningkurs besucht werden:

<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=31880>

Einschreibeschlüssel: ProSem10/21

Themenübersicht Bachelorarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
1	Conversational Commerce als Absatzkanal - Ein State-of-the-Art	BWL III	Föhr	11. Mai 2022
2	Künstliche Intelligenz als Konsument - Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	11. Mai 2022
3	„Ich kann mich einfach nicht entscheiden!“ – Vereinfachung von Konsumentenentscheidungen	BWL III	Harnisch- macher	11. Mai 2022
4	„Einmal das Gleiche, bitte!“ – Sozialer Einfluss auf Konsumentenentscheidungen	BWL III	Harnisch- macher	11. Mai 2022
5	Priming in der Marketingkommunikation – Ein State-of-the-Art	BWL III	Harnisch- macher	11. Mai 2022
6	Wie smart ist smart genug? Smarte Produkte im Umfeld von Konsumenten - ein State-of-the-Ar	BWL III	Koch	11. Mai 2022
7	Uncanny Valley oder nicht? - Wie Konsumenten anthropomorphe Technologien wahrnehmen - Ein Literaturüberblick	BWL III	Koch	11. Mai 2022
8	Potentials and challenges of personalized (digital) nudging	BWL III	Merkel	11. Mai 2022
9	Digital sensory marketing- ein State-of-the-Art	BWL III	Merkel	11. Mai 2022

10	Corporate Social Irresponsibility - ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung	BWL III	Winter	11. Mai 2022
11	Werte in der Markenkommunikation - ein State-of-the-Art	BWL III	Winter	11. Mai 2022
12	Markenbildung im Online-Distanzhandel am Beispiel Amazon, BAUR und Zalando	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
13	Touchpoints im Online-Distanzhandel: Wichtigkeit und Zufriedenheit aus Kundensicht	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
14	Innovationslabore zur nachhaltigen Produktentwicklung	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
15	Konsumentenverhalten in Baumärkten vor und während Corona	BWL XIV	Karasenko	11. Mai 2022
16	Konsumentenverhalten zwischen Standorten - warum ist eine Filiale erfolgreicher?	BWL XIV	Karasenko	11. Mai 2022
17	Personal Brand Hate – ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung	BWL XV	Anderski	11. Mai 2022
18	Einfluss digitaler Trends wie NFTs, eSport oder Metaverse auf den Sportkonsum in Deutschland	BWL XV	Anderski	11. Mai 2022
V	"Für was steht eigentlich unsere Marke?" Interne Markenführung beim Unternehmen "Bergfreunde"	BWL XV	Griebel	Bereits vergeben
19	Aufbau und Führung von Eventmarken - Implikationen einer Multi-Akteur Perspektive	BWL XV	Griebel	11. Mai 2022
V	Road to Germany - Chancen und Herausforderungen der Internationalisierungsstrategie der NFL in Deutschland	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben

Themenübersicht Masterarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
20	Narrating AI: Wie Praxisexperten künstliche Intelligenz betrachten - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	11. Mai 2022
21	Fuzzy or not? - Wahrnehmung digitaler Datentransparenz bei intelligenten Technologien aus Konsumentensicht - eine empirische Analyse	BWL III	Koch	11. Mai 2022
22	Use cases für Sprachassistenten im Online-Distanzhandel	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
23	Einstellungs- vs. Verhaltensakzeptanz beim nachhaltigen Konsum	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
24	Markenbildung im Online-Distanzhandel: Welchen Beitrag leisten die Touchpoints?	BWL XIV	Prof. Baier	11. Mai 2022
25	Product Forecasting and Recommendation in DIY Stores	BWL XIV	Karasenko	11. Mai 2022
26	Time Series Clustering Ansätze	BWL XIV	Karasenko	11. Mai 2022
27	Stand Up, Speak Up – Athletenaktivismus auf Social Media (Multi Case Study)	BWL XV	Anderski	11. Mai 2022
28	Brand Meaning Co-creation on Instagram - An analysis of different performances during the Olympic Games in Beijing	BWL XV	Anderski	11. Mai 2022

29	Stand Up, Speak Up – Athletenaktivismus auf Social Media (Single Case Study)	BWL XV	Anderski	11. Mai 2022
V	Neue Ticketmodelle im Sport - Eine empirische Analyse am Beispiel von medi bayreuth	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben
30	Volkssport Nummer 1? Welche Rolle spielt Fußball in Deutschland bei der Gen Z und Alpha	BWL XV	Prof. Ströbel	11. Mai 2022
31	Die Mannschaft? Status Quo und Weiterentwicklung der Marke	BWL XV	Prof. Ströbel	11. Mai 2022
32	Markenmanagement im Sport - Eine Befragung von Markenverantwortlichen zur Multi-Akteurs-Perspektive	BWL XV	Prof. Ströbel	11. Mai 2022

Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Themen für WiWiZ				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
33	Choice Curation durch Algorithmen aus Marketing- und rechtswissenschaftlicher Sicht	BWL III	Föhr	11. Mai 2022
34	Änderungen der NIL Rule im amerikanischen College-Sport und ökonomische Auswirkungen	BWL XV	Prof. Ströbel	11. Mai 2022