

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

**am 23.04.2019 (Sommersemester 2019)  
von 14:15 bis 15:45 Uhr, im Raum H22 (RW II)**

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. 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 Sommersemester 2019
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.  
Herbert Woratschek**  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



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



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



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



**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)



**Dr. Julia Fehrer**  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Maximilian Fischer**  
Master of Science  
(LS für Allgemeine  
Betriebswirtschaftslehre)



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



**Brigitte Goßler**  
Sekretariat  
(LS für Allgemeine  
Betriebswirtschaftslehre)



**Dr. Matthias J. Kaiser**

(LS für Marketing & Innovation und  
Life Science Campus Kulmbach )



**Mario Kaiser**

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



**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)



**Karolina Ewers**

Master of Science  
(LS für Marketing & Innovation)



**Dr. Pablo Neder**

Dipl.-Kaufmann  
(LS für Marketing &  
Konsumentenverhalten)



**Riccardo Reith**

Master of Science  
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



**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)



**David Wawrzinek**  
M.A.  
(LS für Marketing &  
Dienstleistungsmanagement)



**Friederike Weismann**  
Master of Arts  
(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)



**Geoffrey I. Crouch**

(La Trobe University, Australia)



**Peter Darke**

(York University, Canada)



**Don Getz**

(University of Calgary, Canada)



**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)



**Atsuhō 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)



**J.R. Brent Ritchie**  
(University of Calgary, Calgary)



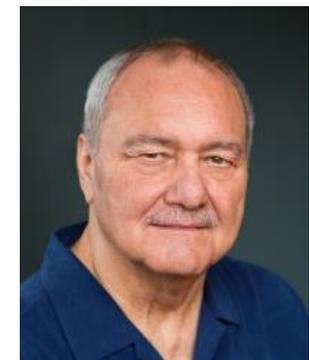
**James Santomier**  
(Sacred Heart University, USA)



**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)



**Emilia Smolak Lozano**

(University of Malaga, Spain)

facebook

E-Mail-Adresse oder Handynummer 
 Passwort 
Anmelden

[Konto vergessen?](#)



**Marketing und Services - MuSe**  
Uni Bayreuth

@marketing.und.services

- Startseite
- Beiträge
- Fotos
- Info
- Community
- Seiteninfos & Werbung



👍 Gefällt mir
➦ Teilen
⋮

Nachricht senden

**Beiträge**



**Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth**

12. April um 08:38 · 🌐

Mit #MuSe auf der Erfolgsspur: Herzlichen Glückwunsch an Timo Menz (1. v. links) und Maximilian Schmid (2. v. rechts) – die beiden #Master-Studierenden haben mit ihrem Team den e.on Digital Technology Future Home #Hackathon in München gewonnen!

Innerhalb von 48 Stunden mussten die Teilnehmer\*innen des Hackathons eine vielversprechende Idee samt Prototypen und Business Case für das Thema Smart Home entwickeln. Das Team um die beiden MuSeaner konstruierte einen Prototyp, mit d...

[Mehr anzeigen](#)

**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](#)

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2019
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

# Lehrprogramm Master BWL

## Überblick über die Master-Modulbereiche



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

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| Mastermodul<br>(30 LP)   | Schriftliche Masterarbeit   |   |  |
| Modulbereich<br>„kleine“<br>Vertiefung<br>(18 + 18 LP)<br>+<br>max. 24 LP<br>aus MuSe<br>Ergänzungs-<br>modulbereich | <b>Marketing</b><br><br>Hauptseminar<br>Marketing & Services<br><br>Marketing A:<br>Konsumentenverhalten<br><br>Marketing B:<br>Corporate Communication,<br>Media and Marketing <u>oder</u><br>Marketing B: Dialogmarketing   | <b>Dienstleistungs-<br/>management</b><br><br>Hauptseminar<br>Marketing & Services<br><br>DLM A: Wert im<br>Dienstleistungsmanagement<br><u>oder</u><br>DLM A: Innovationsmarketing<br><br>DLM B:<br>Qualität im<br>Dienstleistungsmanagement | <b>MuSe Ergänzungs-<br/>modulbereich</b><br><br>max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum<br/>Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• ...</li> </ul> * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht |
| Basis-<br>modulbereich<br>(B1: 12 LP,<br>B2: 18 LP)  | <b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b><br>Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <u>oder</u> Strategische Rechtskommunikation<br><u>oder/und</u> Data Mining im Marketing mit R <u>oder/und</u> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing<br><b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b><br>Marketing Intelligence |   |  |

Empfehlungen

|   |   |  |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|---|---------------------|---|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Mastermodul<br>(30 LP)  | <b>Schriftliche Masterarbeit</b>  |  |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Modulbereich<br>„große“<br>Vertiefung<br>(36 LP)<br>+<br>max. 24 LP<br>aus MuSe<br>Ergänzungs-<br>modulbereich  | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 365 1386 458" style="text-align: center;"> <b>Große Vertiefung<br/>Marketing &amp; Services</b> </td> <td data-bbox="1400 365 2013 458" style="text-align: center;"> <b>Ergänzungsmodulbereich<br/>Marketing &amp; Services</b> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 465 1386 582" style="text-align: center;"> <b>Hauptseminar<br/>Marketing &amp; Services</b> </td> <td data-bbox="1400 465 2013 1086" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;">           max. 24 LP aus z.B.:           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• ...</li> </ul>           * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 604 851 761" style="text-align: center;"> <b>Marketing A:</b><br/>Konsumentenverhalten         </td> <td data-bbox="866 604 1386 761" style="text-align: center;"> <b>DLM A:</b> Wert im Dienstleistungsmanagement<br/><i>oder</i><br/><b>DLM A:</b> Innovationsmarketing         </td> <td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 782 851 939" style="text-align: center;"> <b>Marketing B:</b><br/>Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i><br/><b>Marketing B:</b> Dialogmarketing         </td> <td data-bbox="866 782 1386 939" style="text-align: center;"> <b>DLM B:</b><br/>Qualität im Dienstleistungsmanagement         </td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 961 1386 1082" style="text-align: center;"> <b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b><br/>(Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))         </td> <td></td> </tr> </table> |  | <b>Große Vertiefung<br/>Marketing &amp; Services</b>  |                     | <b>Ergänzungsmodulbereich<br/>Marketing &amp; Services</b>                | <b>Hauptseminar<br/>Marketing &amp; Services</b> |  | max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• ...</li> </ul> * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht | <b>Marketing A:</b><br>Konsumentenverhalten | <b>DLM A:</b> Wert im Dienstleistungsmanagement<br><i>oder</i><br><b>DLM A:</b> Innovationsmarketing |  | <b>Marketing B:</b><br>Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i><br><b>Marketing B:</b> Dialogmarketing | <b>DLM B:</b><br>Qualität im Dienstleistungsmanagement |  | <b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b><br>(Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok)) |  |  |
| <b>Große Vertiefung<br/>Marketing &amp; Services</b>  |   | <b>Ergänzungsmodulbereich<br/>Marketing &amp; Services</b>   |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Hauptseminar<br/>Marketing &amp; Services</b>  |   | max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing B: Dialogmarketing*</li> <li>• DLM A: Innovationsmarketing*</li> <li>• Management von digitalen Medien</li> <li>• Marketing-Management bei Sportmedien</li> <li>• Veranstaltungs- und Projektmanagement</li> <li>• Ausgewählte Fragen des Marketing</li> <li>• Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement</li> <li>• Hauptseminar Medienmanagement</li> <li>• Wertorientiertes Prozessmanagement</li> <li>• ...</li> </ul> * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Marketing A:</b><br>Konsumentenverhalten   | <b>DLM A:</b> Wert im Dienstleistungsmanagement<br><i>oder</i><br><b>DLM A:</b> Innovationsmarketing  |  |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Marketing B:</b><br>Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i><br><b>Marketing B:</b> Dialogmarketing  | <b>DLM B:</b><br>Qualität im Dienstleistungsmanagement  |  |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Wahlpflichtveranstaltung Marketing &amp; Services</b><br>(Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))  |   |  |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Basis-<br>modulbereich<br>(B1: 12 LP,<br>B2: 18 LP)   | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td data-bbox="327 1119 2013 1233" style="text-align: center;"> <b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b><br/>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         </td> <td data-bbox="1742 1096 1902 1153" style="text-align: center; background-color: #ffff00; border: 1px solid black;"> <b>Empfehlungen</b> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 1240 2013 1305" style="text-align: center;"> <b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b><br/>Marketing Intelligence         </td> </tr> </table>  |  | <b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b><br>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 | <b>Empfehlungen</b> | <b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b><br>Marketing Intelligence |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Basismodul B1 – Forschungsmethoden</b><br>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 | <b>Empfehlungen</b>   |  |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre</b><br>Marketing Intelligence   |   |  |   |                     |   |  |  |  |   |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2019
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

|   |   |   |
|---|---|---|
| Mastermodul<br>(30 LP)  | <b>Schriftliche Masterarbeit</b>  |   |
| Ergänzungs-<br>modulbereich<br>15 LP                          | <b>Ergänzungsmodulbereich D</b><br>D-1 / D-3: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement   |   |
| Vertiefungs-<br>modul<br>BWL<br>B-1<br><br>24 LP<br>+<br>6 LP | <b>Marketing</b><br><br><b>Hauptseminar</b><br><b>Marketing &amp; Services</b><br><br><b>Marketing A:</b><br>Konsumentenverhalten<br><br><b>Marketing B:</b> Corporate Commu-<br>nication, Media and Marketing<br><u>oder</u> <b>Marketing B:</b> Dialogmarketing | <b>Dienstleistungs-<br/>management</b><br><br><b>DLM A:</b> Wert im<br>Dienstleistungsmanagement<br><u>oder</u> <b>DLM A:</b> Innovationsmarketing<br><br><b>DLM B:</b><br>Qualität im<br>Dienstleistungsmanagement |
| Eingangs-<br>modulbereich<br>(25 LP)                          | <b>Eingangsmodulebereich A</b><br>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 Sommersemester 2019
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)
- 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)“: Der **Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management** (Prof. Dr. Gilbert Fridgen), 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 bei einer der Juniorprofessuren 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

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. **Lehrveranstaltungen im Sommersemester 2019**
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

# Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

| Veranstaltung   | BWL<br>Master | Sportökonomie<br>Master     |
|---|---------------|-----------------------------|
| <b>Marketing A: Konsumentenverhalten</b><br>Vorlesung: Germelmann<br>Übung: Schreder  | V 3-1         | B-1-1                       |
| <b>Hauptseminar im Marketing (Smart Home im Marketing und Konsumentenverhalten)</b><br>Germelmann / Föhr<br>→ <i>Teilnahme nicht mehr möglich</i> | V 3-3         | B-1-5a                      |
| <b>Ausgewählte Fragen des Marketing: Advanced Experimental Methods</b><br>Ashworth (in Englisch) – stark begrenzte Kapazität                      | V 3-5         | D-2 / E-2 nach<br>Absprache |
| <b>Ausgewählte Fragen des Marketing: Sensory Marketing</b><br>Biswas (in Englisch) – stark begrenzte Kapazität                                    | V 3-5         | D-2 / E-2 nach<br>Absprache |

| Veranstaltung   | BWL<br>Master | Sportökonomie<br>Master |
|---|---------------|-------------------------|
| <b>Co-Creative Colloquium</b><br>Germelmann / Diekmann                  | fakultativ    | fakultativ              |
| <b>Proseminar: Techniken des wiss. Arbeitens</b><br>Schreder / Diekmann | fakultativ    | fakultativ              |

## Sponsorship-linked Marketing

- What?  
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: Until **15.07.2019**
- 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> (search term: “sponsorship-linked marketing”)



- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zielgruppe: Wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master)
- Themen:
  1. Bewertungskriterien
  2. Forschungsfragen
  3. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
  4. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
  5. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
  6. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann
- **Anmeldung:** Nicht notwendig
- **Ort:** Siehe Campus Online
- Termine (das Proseminar wird **2x pro Semester** angeboten): Blockveranstaltung am **23./24. Mai** und am **8./9. August 2019** (jeweils Vorlesung und Übung). Informationen finden Sie auf der Homepage des Marketing Lehrstuhls (**bitte im Newsletter des Marketing Lehrstuhls eintragen!**).

# Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement

Prof. Dr. Herbert Woratschek

| Veranstaltung  | BWL Master       | Sportökonomie Master     |
|--|------------------|--------------------------|
| <b>Wert im Dienstleistungsmanagement</b><br>VL: Woratschek, Di 14-16 Uhr, H22<br>Ü: Fehrer, Kullak, Schönberner, in 4 Gruppen nach Ankündigung   | V-8-1<br>(DLM A) | B-1-3 / B-2-2<br>(DLM A) |
| <b>Angewandte Marktforschung: Social Entrepreneurship</b><br>V über 2 Semester, Teil 2 (Start Teil 1 WS 18/19) Woratschek, Kullak<br><u>läuft bereits</u>  | B-1-1.3 / M-2    | D-3 / E-2                |
| <b>Hauptseminar: Der Wert von Multifunktionsarenen – ein Praxisprojekt zur nachhaltigen Entwicklung des Standorts Bayreuth</b><br>HS: Woratschek, von Lingen, Schönberner – <u>läuft bereits</u> | V-8-3            | B-1-5                    |
| <b>Hauptseminar: Value Capture im Ticketing –ein Projekt im professionellen Basketball</b><br>HS: Woratschek, Kaiser – <u>läuft brereits</u>   | V-8-3            | B-1-5                    |
| <b>Forschungsseminar für Abschlussarbeiten,</b><br>Blocktermine nach Ankündigung   | X                | X                        |
| <b>Schlüsselqualifikation Business Etikette (2 ECTS)</b><br>V: Thammer, Blockveranstaltung, 29.04, 30.04 & 02.05.2019  | Ergänz.          | D                        |
| <b>Schlüsselqualifikation Business Etikette (2 ECTS)</b><br>V: Thammer, Blockveranstaltung, 27.05 bis 29.05.2019   | Ergänz.          | D                        |

Anmeldung  
in Campus-  
Online bis  
eine Woche  
vor Klausur

Siehe gesonderte Aushänge mit  
zusätzlichen Informationen

Anmeldung über den  
Kurs „Spezialisierung  
DLM/SMV“ vom  
23.04.2019 bis  
26.04.2019  
über CampusOnline.

# Veranstaltungen Marketing & Dienstleistungsmanagement Master BWL und Master Sportökonomie im SoSe 2019



Anmeldung über den Kurs „Spezialisierung DLM/SMV“ vom 23.04.2019 bis 26.04.2019 über CampusOnline.

| Veranstaltung   | BWL Master | Sportökonomie Master |
|---|------------|----------------------|
| <b>DLM/SMV: Global Integrated Marketing Communication Principles</b><br>V: Wilson, Blockveranstaltung, vom 20.05. bis 24.05.2019                                      | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Unternehmensplanung und Sportmarketing</b><br>V: Pastowski, Blockveranstaltung, am 13.05. und 03.06.2019  | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Digital Transformation in Sport Business</b><br>V: Santomier, Blockveranstaltung, vom 20.05. bis 24.05.2019   | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Strategy and the Sport Business</b><br>V: O'Reilly, Blockveranstaltung, vom 12.06. bis 15.06.2019   | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Strategic Planning and Management in Tourism</b><br>V: Sheehan, Blockveranstaltung, vom 03.06. bis 07.06.2019   | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Risk Management</b><br>V: Ridpath, Blockveranstaltung, zwischen 05.06. und 18.06.2019   | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Interorganizational Relationships in Sport</b><br>V: Dickson, Blockveranstaltung, vom 01.07. bis 04.07.2019   | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Social Impact with Business</b><br>V: Baker, Blockveranstaltung, vom 17.06. bis 25.06.2019  | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: Global Sports Business Consulting Project with Ohio University, Nipissing University and Adidas</b><br>V: Buser, Blockveranstaltung, <u>läuft bereits</u> | Ergänz.    | A-1-5 / D            |
| <b>DLM/SMV: EASM Summer School</b><br>V: Buser, Blockveranstaltung, <u>läuft bereits</u>  | Ergänz.    | A-1-5 / D            |

# Lehrstuhl für Marketing & Innovation

Prof. Dr. Daniel Baier

| Veranstaltung   | BWL Master                | Sportökonomie Master   |
|---|---------------------------|------------------------|
| <p><b>Dialogmarketing (Baier, Kopplin)</b><br/> V: Di., 08:15-09:45 Uhr, H 21, ab 23.04.2019 (siehe Terminliste)<br/> Ü: Fr., 10:15-11:45 Uhr, H 8, ab 02.05.2019 (siehe Terminliste)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Informations- und Kaufverhalten, Kommunikationstechnologien, CRM, Wirkungsmessung, Rechtliche Grundlagen</i></li> <li>▪ <i>Vom Vertreterbesuch zum schriftl. Verkaufsgespräch, Telefonmarketing, Online-Marketing, Social-Media-Marketing etc.</i></li> <li>▪ <i>Kommunikationsstrategien, Segmentierung und Individualisierung, Kundenakquisition, -bindung und -wiedergewinnung etc.</i></li> <li>▪ <i>Kundenwert und Kundenanalyse, Effektivitäts- und Effizienzmessung</i></li> </ul> <p><i>Di: 23.04., 30.04., 07.05., 14.05., 21.05., 28.05., 04.06., 18.06., 25.06., 02.07., 09.07., 16.07., 23.07.</i><br/> <i>Do: 02.05., 16.05., 13.06., 27.06., 11.07., 25.07.</i></p> | als V 3-2b<br>anrechenbar | als D-3<br>anrechenbar |
| <p><b>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“ (Baier)</b><br/> SE: Fr., 08:15-09:45 Uhr, voraussichtlich S58 (RWI), Zeitplan vgl. Aushang<br/> Anmeldung via Campus Online erforderlich (Anmeldung ab <b>heute</b>), bitte die Aushänge beachten!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Einführung in R und die R-Schnittstellen zu Python (Tensorflow, Keras)</i></li> <li>▪ <i>Kurze Einführung zur Anwendung ausgewählter multivariater Verfahren und Data-Mining-Verfahren (u.a. Random Forests, Nnet, Deep Learning)</i></li> <li>▪ <i>Eigenständiger Einsatz und Anpassung dieser Verfahren zur Lösung von Data-Mining-Problemen im Marketing und anderen Anwendungsgebieten</i></li> </ul>  | als B 1-6<br>anrechenbar  | als D-3<br>anrechenbar |

| Veranstaltung   | BWL<br>Master                      | Sportökonomie<br>Master            |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| <p><b>Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing „Neue Geschäftsmodelle in der digitalen Welt“ (Rese)</b><br/> <b>Anmeldung über Campus Online erforderlich (Anmeldung ab <u>heute</u>)</b><br/>                     In Kooperation mit dem Digitalen Gründerzentrum Oberfranken, Lernziele: Identifikation von Kundenproblemen am Markt, Überführung von Lösungsansätzen in ein tragfähiges Geschäftsmodell. Teams von 2-3 Studierenden, Erstellung eines Business Plans in drei Stufen.</p> <p><i>25.04. Kick-Off, Themenvorstellung, 23.05. Zwischenpräsentation Idee, Team &amp; Partner, 27.06. Zwischenpräsentation Marktanalyse &amp; Marketing, 18.07. Zwischenpräsentation Organisation &amp; Finanzierung, <b>Endabgabe 31.08.</b></i><br/> <b>Die Termine finden jeweils von 08:15 bis 09:45 Uhr im S68 (RWI) statt.</b></p> | als B 1-6<br>anrechenbar           | als D-3<br>anrechenbar             |
| <p><b>Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ (Baier, Rese)</b><br/> <b>Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich</b></p>  | als V 3-3/<br>V 8-3<br>anrechenbar | als B 1-6/<br>B 1-7<br>anrechenbar |

| Veranstaltung  | BWL Master               | Sportökonomie Master        |
|--|--------------------------|-----------------------------|
| <p><b>Gastvorlesung „Dialogue PR in Digital Media“ (Smolak Lozano, englisch)</b><br/>Basics of PR: theoretical perspectives, historical evolution, and models;<br/>studies and applications of Dialogue PR in corporate communications online for brands and organisations;<br/>strategic management of Dialogue PR;<br/>digital storytelling in Social Media: transmedia and viral campaigns;<br/>case studies of modern campaigns;<br/>independent project: creating a strategic plan for a project<br/><b>Begrenzte Teilnehmerzahl (20), bitte auf Aushänge achten!</b></p> | als V 3-5<br>anrechenbar | D-2 / E-2 nach<br>Absprache |

# Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Bettina Lis

| Veranstaltung  | BWL<br>Master | Sportökonomie<br>Master |
|--|---------------|-------------------------|
| <b>Corporate Social Responsibility</b><br>Vorlesung: Lis<br>Geplant ab Wintersemester 19/20  | Ergänz.       | D-3                     |
| <b>Fallstudienmasterseminar</b><br>„Fallstudienbasierte Analyse digitaler Plattformmodelle anhand aktueller Problemstellungen“<br><br>Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich<br><br>Bitte beachten Sie weitere Bekanntmachungen über die Homepage des Lehrstuhls und den E-Mail Verteiler. | V 3-3         | B-1-5                   |

# Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Dr. Maximilian Röglinger

# Vorlesungsankündigung

## Hauptseminar in Kooperation mit REHAU (V 7-3)



Anrechenbar als  
Hauptseminar  
Marketing



Praxisseminar im Bereich Wirtschaftsinformatik in  
Kooperation mit der REHAU AG + Co

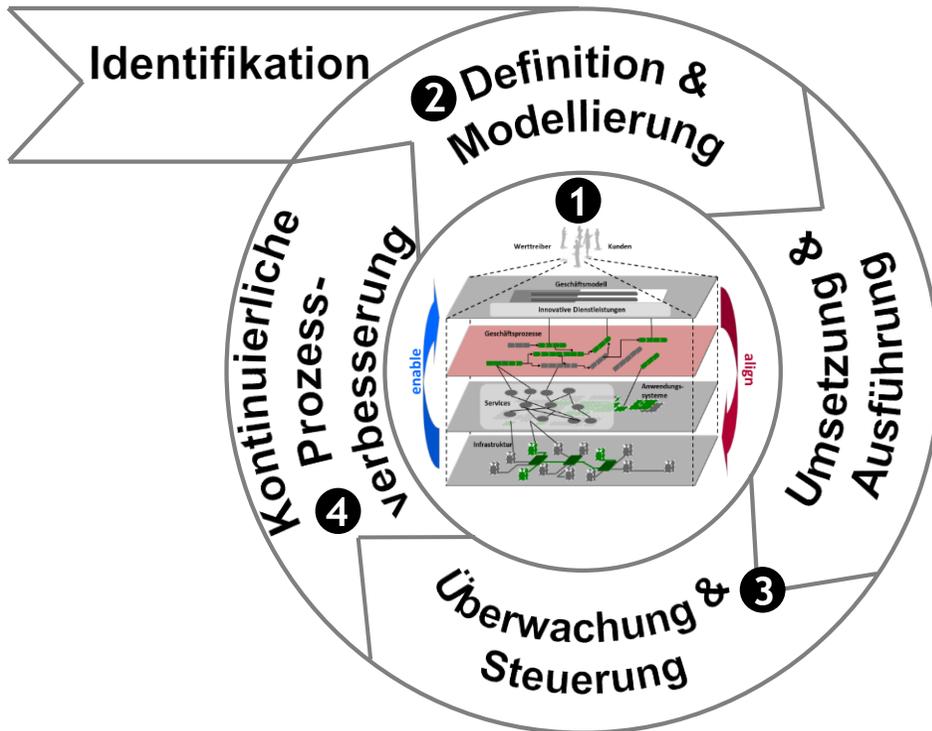
- Praxisseminar während der Vorlesungszeit des Wintersemesters 2019/20 für BWL und WIng
- Praxisnahe Themen aus den Bereichen Digitalisierung, mobile Anwendungen und Marketing/Vertrieb
- Anmeldung über CampusOnline in der nächsten Bewerbungsphase
- Auch als V3-3 Hauptseminar Marketing anrechenbar

**Weitere Informationen auf: [www.wi.uni-bayreuth.de](http://www.wi.uni-bayreuth.de)**



Projektgruppe  
Wirtschaftsinformatik





|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Modus:</b>           | Regulär im WiSe  |
| <b>Einbringbarkeit:</b> | M.Sc. Betriebswirtschaftslehre (kleine Vertiefung WI, große Vertiefung TOP, Ergänzungsmodulbereich); M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen |
| <b>Leistungspunkte:</b> | 6 LP   |
| <b>Prüfungstermin:</b>  | tbd  |
| <b>Teilnehmerzahl:</b>  | unbegrenzt   |
| <b>Anmeldung:</b>       | Campus Online  |
| <b>Kontakt:</b>         | <a href="mailto:maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de">maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de</a>                                     |
| <b>Weitere Infos:</b>   | <a href="http://www.wi.uni-bayreuth.de">http://www.wi.uni-bayreuth.de</a>  |
| <b>Starttermin:</b>     | Wintersemester 2019/20   |

**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 Sommersemester 2019
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 Sommersemester 2019
6. Master ... und danach?
7. **Kontaktmöglichkeiten**

# Folgen Sie uns auf Facebook!



The image shows a screenshot of a Facebook profile page. At the top, the Facebook login bar is visible with the 'facebook' logo and fields for 'E-Mail-Adresse oder Handynummer' and 'Passwort', along with an 'Anmelden' button and a link for 'Konto vergessen?'. The profile picture is a group photo of approximately 20 people in a hallway. The cover photo is a white banner with the text 'https://www.facebook.com/marketing.und.services'. The profile name is 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' with the handle '@marketing.und.services'. The bio reads 'Der Arbeitsbereich MuSe' followed by a paragraph: 'Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...'. Below the bio is a 'Mehr anzeigen' link. The page also shows a search bar, a 'Nachricht' button, and a 'Beiträge' section with a post from 'Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth' dated '1 Std'.

- **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](http://www.marketing.uni-bayreuth.de), E-Mail: [bwl3@uni-bayreuth.de](mailto: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](http://www.dlm.uni-bayreuth.de), E-Mail: [dlm@uni-bayreuth.de](mailto: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](http://www.abwl.uni-bayreuth.de), E-Mail: [abwl@uni-bayreuth.de](mailto: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](http://www.innodialog.uni-bayreuth.de), E-Mail: [bwl14@uni-bayreuth.de](mailto:bwl14@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](http://www.wpm.uni-bayreuth.de), E-Mail: [maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de](mailto:maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de)
  
- *Ansprechpartner für die Durchführung der MuSe-Informationsveranstaltung ist Herr Prof. Dr. Daniel Baier (BWL XIV – [bwl14@uni-bayreuth.de](mailto:bwl14@uni-bayreuth.de))*

## Hinweis:

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