
Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)

Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester.

- Sommersemester: Januar/Februar (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und April/Mai (zu Beginn der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Oktober/November (zu Beginn der Vorlesungszeit)

Notwendige Bewerbungsunterlagen

Schicken Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter dem **Betreff „Bewerbung Abschlussarbeit“** per Mail bitte an Jonas Föhr, M.A.:

muse@uni-bayreuth.de

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **vier getrennte Dokumente** anhängen):

1. Aktueller **CampusOnline-Notenauszug** (Benennung: Noten_Nachname_Vorname.pdf)
 2. **Lebenslauf** (Benennung: CV_Nachname_Vorname.pdf)
 3. **Motivationsschreiben** für das eine (!) Thema mit Ihrer höchsten Präferenz (Max. 200 Wörter; keine spezielle Formatierung notwendig; Benennung: MS_Nachname_Vorname.pdf)
 4. **Bewerbungsformular**: Finden Sie unter <http://www.muse.uni-bayreuth.de/de/lehre/Abschlussarbeiten/index.html>
- Das ausgefüllte Bewerbungsformular ist wie folgt zu benennen:
Art der Abschlussarbeit (BA; MA; WIWIZ); Nachname; Vorname
Bsp.: **BA_Mustermann_Lisa.pdf**

Bewerbungen, die nicht diesem Format entsprechen, können aufgrund der automatisierten Auswertung leider nicht berücksichtigt werden.

Bewerbungen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie WiWiZ-Abschlussarbeiten werden bis **Mittwoch, 13. Mai 2020 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „vergeben“ gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich.

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen **ca. (!)** zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir im Vorfeld der Themenvergabe **nicht immer zeitnah Auskünfte zu allen Themen geben können**. Alle Themen sind daher so formuliert, dass der Arbeitsauftrag deutlich wird. Sollten Sie dennoch Fragen zu bestimmten Themen haben, werden diese von den jeweiligen Mitarbeitern (siehe Themenübersicht: „Kontaktperson“) ausschließlich im Rahmen ihrer Sprechstunden beantwortet. Bitte wenden Sie sich dafür per Mail mit einer Terminanfrage an den entsprechenden Betreuer. Fragen, die Sie per Mail an den Betreuer richten, werden ausdrücklich nicht beantwortet, da per Mail aus Kapazitätsgründen keine ausführliche Beratung möglich ist.

+++ Bitte beachten: Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten +++

Für alle Studierenden, die in diesem oder kommenden Semester ihre Seminar-, Bachelor-, WiWiZ- oder Masterarbeit am Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten), am Lehrstuhl BWL VIII (Marketing & Dienstleistungsmanagement), am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) oder am Lehrstuhl BWL XV (Marketing & Sportmanagement) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar findet an **folgendem Termin** statt:

Mittwoch, 03. Juni 2020 und Donnerstag, 04. Juni 2020.

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

Themenübersicht Bachelorarbeiten

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

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

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
V	Theoretische Analyse von Spillover-Effekten im Kontext nachhaltiger Konsumentenentscheidungen	BWL III	Diekmann	Bereits vergeben
1	Ursachen und Einflussfaktoren von Reaktanzverhalten bei Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2020
2	Das ist meins! - Wirkung und Einflussfaktoren von Psychological Ownership im Marketing	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2020
3	Gemeinsam sind wir stark! - State-of-the-Art zur Entstehung und Wirkung von Konsumentenbewegungen	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2020
4	„It's a kind of magic?“ – Wizard-of-Oz-Experimente in der Marketing- und Konsumentenverhaltensforschung. Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2020
5	Wie gewonnen so zerronnen? - Swift Trust: Ein Literaturüberblick	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2020
6	Broken Promises - unerfüllte Erwartungen und Ihre Rolle bei Dienstleistungen.	BWL III	Winter	Bis 13. Mai 2020

7	Strategische Geschäftsfeldentwicklung im Dienstleistungsmanagement - eine theoretische und praktische Analyse von Best- und Worst-Practice Beispielen.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
8	Covid-19 als Auslöser für Krisen: eine Multiple Case Study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
9	Covid-19 als Auslöser für Innovationen im Dienstleistungssektor: eine Multiple Case Study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
V	Zielsetzungen von kleinen und mittleren Unternehmen im Sportsponsoring	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bereits vergeben
10	Aktivierung von Sponsorings im Kontext eSports (auf Deutsch oder Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
11	An analysis of sustainability dimensions through the lens of value co-creation (auf Deutsch oder Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
V	Country-of-Manufacture vs. Country-of-Brands-Effekte in Relation zur Brand Familiarity - Eine Analyse von High-Involvement Produkten aus chinesischer Konsumentenperspektive	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
V	Predicting preference: Erhöhung der Vorhersagegenauigkeit bei komplexen Produkten durch Conjointanalysen mit kognitiven Pausen	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
12	Einflussfaktoren auf die Kaufabsicht von pflanzenbasierten Lebensmittelsubstituten	BWL XIV	Rausch	Bis 13. Mai 2020
V	Nachhaltiger Kleidungskonsum: Einflussfaktoren auf die Kaufabsicht und das Kaufverhalten	BWL XIV	Rausch	Bereits vergeben
13	Soziale / menschliche Eigenschaften von chatbots	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020

14	Chatbots als soziale Akteure - eine Analyse von Chatverläufen	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020
15	Tourismusverhalten von Millenials in Zeiten von Corona	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020
16	Akzeptanz von Smartwatches im Arbeitskontext	BWL XIV	PD Dr. Rese	Bis 13. Mai 2020
17	Fan Engagement: Ein Überblick zum aktuellen Stand der Forschung unter besonderer Berücksichtigung digitaler Technologien	BWL XV	Griebel	Bis 13. Mai 2020
18	Einstieg professioneller Sportorganisationen im eSport – Motive, Umsetzung, Herausforderungen und Chancen	BWL XV	Griebel	Bis 13. Mai 2020

Themenübersicht Masterarbeiten

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

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

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
V	Mit dem NutriScore zu einer gesünderen Entscheidung? - Eine empirische Analyse am Point of Sale	BWL III	Diekmann	Bereits vergeben
1	Gelbe Tonne, Restmüll & Co. - Eine experimentelle Analyse zum Einfluss von Recycling-Labels auf das Recyclingverhalten von Konsumenten	BWL III	Diekmann	Bis 13. Mai 2020
2	A friend in crisis? – Konsumentenerfahrungen mit digitalen Sprachassistenten während der Corona-Krise. Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2020
3	Digitale Sprachassistenten in menschlichen Partnerschaften - Eine empirische Analyse	BWL III	Föhr	Bis 13. Mai 2020
4	Sonic seasoning: Rethinking tasting experiences through music	BWL III	Prof. GERMEL- mann	Bis 13. Mai 2020
5	The sport industry from an ecosystem perspective - a concept based on the merger of management and (service) marketing literature. (Die Arbeit ist in englischer Sprache zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
6	Covid-19 Krise als Auslöser für Geschäftsmodellinnovationen: eine empirische Analyse in der Kulturszene	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020

7	Covid-19 als Auslöser für radikalen institutionellen Wandel im Dienstleistungssektor: eine Multiple Case Study	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
8	Die Konsequenzen von Covid-19 für die Ressourcenintegration im Gesundheitswesen	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
9	Die Wirkung von Aktivierungsmaßnahmen im Kontext Sportsponsoring (auf Deutsch oder Englisch zu verfassen)	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
10	Wie kann Customer Engagement gesteigert werden? Eine Konzeptentwicklung am Beispiel des Alumnivereins Sportökonomie Uni Bayreuth e.V.	BWL VIII	Prof. Woratschek & Team	Bis 13. Mai 2020
V	David gegen Goliath: Der Einfluss von Online-Produktrezensionen bei der Wahl zwischen bekannten und unbekanntem Marken	BWL XIV	Brand	Bereits vergeben
11	Auswirkung von Retourenpolitik verschiedener Online Händler auf die Kaufabsicht	BWL XIV	Rausch	Bis 13. Mai 2020
12	Einflussfaktoren auf die Nutzungsabsicht von Künstlicher Intelligenz bei KMUs	BWL XIV	Rausch	Bis 13. Mai 2020
13	Kundenbindung im Online-Textilhandel: Cross-Channel-Management in der Zielgruppe Best Ager	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 13. Mai 2020
14	Clubmitgliedschaften im Handel: Eine Kosten-Nutzen-Analyse	BWL XIV	Prof. Baier	Bis 13. Mai 2020
15	Ursachen von Technostress - Eine Mixed-Methods-Untersuchung auf Funktionsebene	BWL XIV	Kopplin	Bis 13. Mai 2020

Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

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

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

Themen für WiWiZ				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung möglich
1	Integration von eSport Teams in Sportorganisationen	BWL XV	Griebel	Bis 13. Mai 2020