

Bayreuth, 24. Juni 2024

Bachelorseminar Fach Marketing im Wintersemester 2024/25

Im Wintersemester 2024/25 bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten im Modul H, I: Spezialisierung Marketing das folgende **Bachelorseminar zum Marketing** an:

„Geheimnisse der Werbewirkung: Psychologische Treiber innovativer Strategien“

Themen des Seminars

In unserem Bachelorseminar „Geheimnisse der Werbewirkung: Psychologische Treiber innovativer Strategien“ tauchen wir tief in die psychologischen Mechanismen ein, die moderne Werbekampagnen so erfolgreich machen können. Erfahren Sie, wie Emotionen, kognitive Verzerrungen und soziale Einflüsse genutzt werden, um die Aufmerksamkeit der Konsumenten zu gewinnen und ihre Kaufentscheidungen zu beeinflussen. Durch intensive Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Thema sowie Diskussionen mit Ihren Kommilitonen und uns, gewinnen Sie praktische Einblicke in Marketingstrategien und deren Hintergründe. Ob Sie eine Karriere im Marketingmanagement anstreben oder einfach nur wissen möchten, wie Werbung tatsächlich funktioniert oder funktionieren kann – dieses Seminar bietet Ihnen wertvolle Einblicke.

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten
Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30, 95447 Bayreuth
Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132
c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de

In Ihrer Arbeit werden Sie einen umfassenden Überblick über den **aktuellen Stand der Forschung erarbeiten**, beschäftigen sich kritisch mit den **Forschungserkenntnissen** und zeigen wichtige **Implikationen für die Marketingpraxis und -forschung** auf.

Folgende Themen haben wir für Sie vorbereitet:

1. *Emotionale Werbebotschaften und ihre Wirkung auf Kaufentscheidungen*
2. *Personalisierte Werbung: Psychologische Mechanismen und Effektivität*
3. *Neuromarketing: Anwendungen und Einfluss auf Verbraucherentscheidungen*
4. *Soziale Beweise in der Werbung: Einfluss von Influencern und Peer Reviews*
5. *Kognitive Verzerrungen in Werbestrategien: Effektive Nutzung zur Verkaufsförderung*
6. *Storytelling in der Werbung: Psychologische Prinzipien und Markenbindung*
7. *Verhaltensökonomische Ansätze in der Werbung: Nudging und Entscheidungsfindung*
8. *Sensory Marketing: Die psychologische Wirkung von Farben und Symbolen in der Werbung*

Generelles

Die Spezialisierung Marketing richtet sich an Bachelor-Studierende der BWL im 5. und 6. Fachsemester. Die Spezialisierung besteht aus zwei Veranstaltungen.

Prüfungsordnung (2020):

1. Option:
 1. Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing I oder II
 2. **Seminar zum Marketing**
2. Option:
 1. Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing I oder II
 2. Perspektiven und Anwendungsfelder des Marketing I oder II

Studierende, die eine Bachelorarbeit am Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten planen, wird der Besuch des Seminars dringend empfohlen (1. Option).

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten
Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30
95447 Bayreuth, Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132
c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de

Teilnahmevoraussetzung für beide Module ist ein Leistungsnachweis der Veranstaltung „Grundlagen des Marketing“. Kenntnisse aus der Veranstaltung „Grundlagen des Marketing- und Dienstleistungsmanagement“ sind von Vorteil, aber keine Voraussetzung.

Anmeldung

Die Anmeldung für das Seminar erfolgt über den Lehrstuhl BWL III Marketing & Konsumentenverhalten (via cmlife) in der Zeit vom **01. Juli 2024 (08:00 Uhr)** bis **05. Juli 2024 (23:59 Uhr)**. Falls Sie Probleme mit der Anmeldung haben, wenden Sie sich bitte an Herrn Timo Koch (timo.koch@uni-bayreuth.de). Die **Anmeldung über cmlife ist verpflichtend**.

Bitte beachten Sie bereits bei der Anmeldung:

- Eine nachträgliche Anmeldung außerhalb dieses Zeitraums ist nicht möglich. Sollten Sie auf Grund der Kapazitätsbegrenzung keinen Platz erhalten, können Sie sich über cmlife eigenständig in eine Warteliste eintragen. Sie erhalten von uns keine gesonderte Information, sollten Sie von der Warteliste auf die Teilnehmerliste nachrücken – Bitte informieren Sie sich deshalb unbedingt eigenständig in cmlife. **Sollten Sie auf der Warteliste stehen und eine Teilnahme nicht mehr wünschen, bitten wir Sie um eine aktive Abmeldung, damit Ihre KommilitonInnen nachrücken können.**
- Die **Teilnahme** an den hier kommunizierten Terminen (der Auftaktveranstaltung sowie den Präsentationsterminen) ist **verpflichtend** – bitte sorgen Sie dafür, dass Sie sich diese Termine frühzeitig freihalten. Eine Nicht-Teilnahme wird mit einer Nicht-Leistung benotet; zudem nehmen Sie dadurch Ihren KommilitonInnen auf der Warteliste die Möglichkeit einer Teilnahme.

Vielen Dank für Ihr Verständnis!

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten
Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30
95447 Bayreuth, Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132
c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de

Auftaktveranstaltung

Die Vorbesprechung findet an folgendem Termin **in Präsenz** statt:

10. Juli 2024, 11:00 – 12:00 Uhr s. t, S 44, RW II.

Hier findet auch die **Themenzuteilung** statt, indem Sie Ihre Themenpräferenzen bis **12 Uhr des folgenden Freitags** auf E-Learning angeben.

Besprechungstermine

Zur Besprechung Ihrer Forschungsfrage sowie Ihrer Gliederung wird es jeweils eine **Fragestunde in der Gruppe mit allen Teilnehmenden** geben, in denen Sie uns Ihre spezifischen Fragen stellen können. Bitte merken Sie sich hierfür bereits folgende Termine vor (diese Besprechungstermine finden **digital via microsoft-teams** statt – der Link zu dem jeweiligen Termin wird Ihnen rechtzeitig mitgeteilt):

15. August 2024, 10:00 – 12:00 Uhr, s. t.

05. September 2024, 10:00 – 12:00 Uhr, s. t.

Abgabe und Präsentation der Seminararbeiten

Die schriftlichen Arbeiten müssen bis Montag, den **14. Oktober 2024 bis 11.00 Uhr** im E-Learning-Kurs hochgeladen sowie in einfacher Ausführung im Sekretariat BWL III fristgerecht abgegeben werden (bitte beachten Sie die Öffnungszeiten des Sekretariats). Eine Zustellung per Hauspost oder über einen Mitarbeiter des Lehrstuhls ist ebenfalls möglich.

Die Präsentationen der Seminararbeiten werden in einem Blockseminar voraussichtlich am **28. Oktober (9:00-17:00 Uhr s. t.)** und **29. Oktober 2024 (9:00-17:00 Uhr s. t.)** stattfinden. Die Abschlusspräsentationen werden **in Präsenz** stattfinden. Der genaue Ort für die Blockveranstaltung wird Ihnen im Vorhinein mitgeteilt.

Proseminar zur Technik des wissenschaftlichen Arbeitens

Wir bieten Ihnen auch in diesem Semester ein „Proseminar zur Technik des wissenschaftlichen Arbeitens“ an, in dem die Grundlagen des Aufbaus, der Begründungsmuster und der Zitierweise in wissenschaftlichen Abschlussarbeiten am Marketing-Lehrstuhl behandelt werden. Die Teilnahme ist

Professor Dr. Claas Christian Germelmann

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten
Gebäude RW I, Raum: 1.0 02 164, Universitätsstr. 30
95447 Bayreuth, Tel.: 0921 55-6130, Sekretariat: 0921 55-6131, Fax: 0921 55-6132
c.c.germelmann@uni-bayreuth.de, www.marketing.uni-bayreuth.de

nicht verpflichtend, wird jedoch **dringend empfohlen**, da die **Inhalte** beim Schreiben der Seminararbeit **vorausgesetzt** werden. Das Proseminar besteht aus einer digitalen Veranstaltung sowie einer Präsenzveranstaltung (zweimal pro Semester), in der die Inhalte vertieft und Fragen beantwortet werden.

Bei Detailfragen zu diesem Seminar wenden Sie sich bitte an Herrn Timo Koch (timo.koch@uni-bayreuth.de).

gez. Prof. Dr. Claas Christian Germelmann