

07.07.2025

Masterseminar Fach Marketing

im Wintersemester 2025/2026

Im Wintersemester 2025/2026 bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten folgendes Hauptseminar für Studierende des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre (V 3-3) und Sportökonomie (B-1-5a) sowie Medienkultur und Medienwirtschaft (Modul B4 oder D4.2) in der MuSe-Vertiefung an:

"Zwischen Wirkung und Verantwortung: Die Rolle von Transparenz in der Beeinflussung von Konsumentenverhalten"

In der öffentlichen Kommunikation steigt der Druck auf Unternehmen und politische Institutionen, Einflussnahmen offenzulegen und für Konsumentinnen und Konsumenten nachvollziehbar zu machen. Transparenz ist dabei nicht nur eine rechtliche oder ethische Forderung, sondern verändert grundlegend, wie Beeinflussung wirkt – ob im Marketing, im digitalen Raum oder in der verhaltensökonomischen Gestaltung von Entscheidungen.

Das Seminar untersucht Transparenz als zentrales Konzept an der Schnittstelle von Verhaltensökonomie, Konsumentenverhalten und Kommunikationsregulierung. Behandelt werden theoretische Grundlagen, empirische Studien sowie aktuelle Herausforderungen im Umgang mit transparenten Formen der Verhaltensbeeinflussung – von Nudges über Werbung bis hin zu politischer Steuerung.

Die Beiträge des Seminars basieren auf aktuellen Forschungsarbeiten und thematisieren unter anderem psychologische Wirkmechanismen wie Persuasion Knowledge, Reaktanz und Wahrnehmung von Freiheit, aber auch normative Fragen zu Autonomie, Fairness und Gestaltungspflichten.

Themenübersicht

1. Verhaltensbeeinflussung im Vergleich: Behavioral Economics und Consumer Behavior
2. Was ist Transparenz? Konzepte und Abgrenzung von Disclosure
3. Transparente Nudges: Wirkung, Akzeptanz und Grenzen
4. Transparenz in persuasiver Kommunikation: Wirkung auf Konsumenten

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

5. Psychologische Wirkmechanismen transparenter Beeinflussung
6. Transparenz und Regulierung: Herausforderungen für Marketing und Public Policy

Anmeldung

Die Anmeldung für das Seminar erfolgt über den Lehrstuhl BWL III Marketing & Konsumentenverhalten (via CampusOnline) in der Zeit vom **07. Juli 2025 ab 9:00 Uhr bis 11. Juli 2025**. Die **Anmeldung über CampusOnline ist verpflichtend**. Eine nachträgliche An- oder Abmeldung außerhalb dieses Zeitraums ist nicht möglich bzw. führt zum Nichtbestehen der Veranstaltung. Sollten Sie aufgrund der Kapazitätsbegrenzung keinen Platz erhalten, können Sie sich über CampusOnline eigenständig in eine Warteliste eintragen.

Abgabe der Seminararbeiten

Die Arbeiten müssen bis zum 31. Oktober 2025 im E-Learning hochgeladen werden und in zweifacher Ausführung im Sekretariat BWL III abgegeben werden (bitte beachten Sie die Öffnungszeiten des Sekretariats).

Terminübersicht

- **07. Juli 2025 ab 9:00 Uhr bis 11. Juli 2025:** Anmeldung über CampusOnline
- **17. Juli 2025, 09:00 Uhr – 11:00 Uhr:** Kick-Off -Termin zur Besprechung des übergeordneten Seminarthemas, Themenvergabe & Ablauf des Blockseminars
- **31. Oktober 2025:** Hochladen der Seminararbeiten im E-Learning und Abgabe in zweifacher Form im Sekretariat des Lehrstuhls BWL III
- **14. & 21. November 2025:** Präsentationen der Arbeiten im Rahmen eines Blockseminars

Bei Fragen zu diesem Seminar wenden Sie sich bitte an Frau Jannike Harnischmacher (jannike.harnischmacher@uni-bayreuth.de).

gez. Prof. Dr. Claas Christian Germelmann