

Bayreuth, 04. Juli 2025

Bachelorseminar Fach Marketing im Wintersemester 2025/26

Im Wintersemester 2025/26 bietet der Lehrstuhl BWL III – Marketing & Konsumentenverhalten im Modul H, I: Spezialisierung Marketing das folgende **Bachelorseminar zum Marketing** an:

„Marketing der Zukunft – Zwischen künstlicher Intelligenz und echtem Vertrauen“

Themen des Seminars

Wie verändert Künstliche Intelligenz die Art, wie Marken denken, fühlen und handeln? Wer trifft morgen die Entscheidungen im Marketing – Menschen oder Maschinen? In diesem Bachelorseminar beschäftigen wir uns mit einer Zukunft, in der Algorithmen Zielgruppen analysieren, Werbetexte schreiben und Emotionen erkennen. Doch was bleibt vom Menschlichen im Marketing übrig? Wir diskutieren die Chancen, Grenzen und ethischen Schwierigkeiten eines technologiegetriebenen Marketings – kritisch, literaturbasiert und im Rahmen realer Implikationen. Im Zentrum steht die argumentative Auseinandersetzung mit ausgewählten Themen und Forschungsfragen als schriftliche Arbeit und Vorbereitung auf die Diskussion. Die Themen reichen von personalisierter KI-Kommunikation bis zu synthetischen Influencern und algorithmischer Markenführung. Dieses Seminar richtet sich an alle, die Marketing nicht nur lernen, sondern neu denken wollen.

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. *„Kreativität in der Krise?“ – Wie generative KI das kreative Potenzial des Marketings verändert*
2. *„Die unsichtbare Hand des Algorithmus“ – Wie KI-basierte Empfehlungssysteme unser Konsumverhalten formen*
3. *„Voice is the New Touch“ – Sprachassistenten als Schnittstelle zwischen Marke und Mensch*
4. *„Technologischer Paternalismus im Marketing?“ – Wenn KI besser weiß, was wir brauchen*
5. *„Ethik als Wettbewerbsvorteil?“ – Warum verantwortungsvolle KI im Marketing mehr als nur ein Imagefaktor ist*
6. *„Human Touch vs. Tech Trust“ – Wie viel Mensch braucht das Marketing der Zukunft?*
7. *„KI als Markenarchitekt“ – Wenn künstliche Intelligenz den Purpose schreibt*
8. *„Synthetic Reality“ – Wie virtuelle Influencer und Deepfakes das Markenbild transformieren*
9. *„Von der User Journey zur KI-Journey“ – Wenn Maschinen Kundenreisen entwerfen und optimieren*
10. *„Vertrauen in Maschinen?“ – Wie KI die Markenloyalität neu definiert*
11. *„Datenschutz oder Dialog?“ – Vertrauen im Spannungsfeld personalisierter Werbung*
12. *„Human Trust, Machine Logic“ – Können Markenbeziehungen ohne Emotion bestehen?*

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**

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

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).

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 **07. Juli 2025 (08:00 Uhr)** bis **11. Juli 2025 (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!

Auftaktveranstaltung

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

21. Juli 2025, 10:00 – 12:00 Uhr s. t, S 44, RW II.

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

Besprechungstermine

Zur Besprechung Ihrer Forschungsfrage sowie Ihrer Gliederung wird es jeweils Fragestunden geben, die individuell mit den Teilnehmenden stattfinden. In diesen können Sie Ihre spezifischen Fragen stellen. Bitte merken Sie sich hierfür bereits folgende Termine vor (diese Besprechungstermine finden **digital via microsoft-teams** statt – hierzu buchen Sie vorher einen Zeit-Slot von 15 Minuten via E-Learning):

21. August 2025, 10:00 – 14:00 Uhr, s. t.

04. September 2025, 10:00 – 14:00 Uhr, s. t.

Abgabe und Präsentation der Seminararbeiten

Die schriftlichen Arbeiten müssen bis Mittwoch, den **01. Oktober 2025 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 **16. Oktober (9:00-17:00 Uhr s. t.) und 17. Oktober 2025 (9:00-17:00 Uhr s. t.)** stattfinden. Die Abschlusspräsentationen werden **in Präsenz** abgehalten. Der genaue Ort für die Blockveranstaltung wird Ihnen im Vorhinein mitgeteilt.

Proseminar zur Technik des wissenschaftlichen Arbeitens

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

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 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 (Behalten Sie hierzu bitte den Newsletter der vier Marketing & Services Lehrstühle im Auge).

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

gez. Prof. Dr. Claas Christian Germelmann