



Projektseminar

Marketing & Sportmanagement

Wintersemester 2022/23

Im Wintersemester 2022/23 bietet die Professur für Marketing & Sportmanagement für Studierende der Bachelor-Studiengänge Betriebswirtschaftslehre (H/I 8 Spezialisierung Dienstleistungsmanagement), Sportökonomie (B 6) sowie Wirtschaftsingenieurwesen (H 1/2) ein Projektseminar zu folgendem Thema an:

Die Oldschdod

Analyse und Weiterentwicklung der Klubmarke SpVgg Bayreuth

Das Seminar findet in Kooperation der Professur für Marketing & Sportmanagement mit dem Fußballdrittligisten **SpVgg Bayreuth** statt. Zielstellung des Seminars ist die Weiterentwicklung des Markenkonzeptes für die SpVgg Bayreuth, basierend auf theoretischen Konzepten des Markenmanagements und der Analyse des Ist-Zustands der Marke.

Im Rahmen des Seminars erarbeiten und präsentieren Teams aus je zwei Studierenden ausgewählte theoretische Konzepte des Markenmanagements. Aufbauend darauf wird der Status Quo der Marke von Studierendenteams empirisch evaluiert und dem Praxispartner präsentiert. Im weiteren Verlauf des Semesters erarbeiten die Studierenden in einzelnen Teilprojekten innovative Konzepte zur Weiterentwicklung der Klubmarke SpVgg Bayreuth, welche dem Praxispartner zum Abschluss vorgestellt werden.

Die Überlegungen der Studierenden sollen eine Grundlage für zukünftige Entscheidungen über die Marke schaffen und idealerweise umgesetzt werden. Studierenden bietet sich durch das Seminar die einzigartige Möglichkeit, die Marke eines Fußballdrittligisten mit zu gestalten und Vorschläge für die zukünftige Ausrichtung zu unterbreiten.

Die Studierenden erhalten Ende Juli ein Projektbriefing mit detaillierten Informationen zum Projekt. Im Rahmen des Briefings werden Teams gebildet. Jedes Team erarbeitet während der vorlesungsfreien Zeit ein ausgewähltes theoretisches Konzept des Markenmanagements und präsentiert dieses während eines Blocktermins zu Beginn des Wintersemesters. Die theoretischen Konzepte bilden die Grundlage für die darauf aufbauende empirische Analyse des Status Quo der Marke SpVgg Bayreuth, die in Studierendenteams vorgenommen und dem Praxispartner präsentiert wird. Im weiteren Verlauf des Seminars erarbeiten die Studierenden basierend auf den theoretischen Grundlagen und dem Status Quo Vorschläge zur Weiterentwicklung der Marke, die zum Abschluss des Seminars in Form eines Abschlussberichtes an den Praxispartner übergeben werden.

Das Seminar wird von Prof. Dr. Tim Ströbel und Matthias Anderski geleitet.

Ablauf des Projektseminars:

- **21. Juli 2022 (09-10 Uhr):** Vorbesprechung und Themenvergabe
- **Vorlesungsfreie Zeit:** Vorbereitung der Präsentationen (Markenkonzepte)
- **Ende Oktober 2022:** Blockveranstaltung (Präsentationen Markenkonzepte)
- **Anfang Dezember 2022:** Präsentation des Status Quo der Marke SpVgg Bayreuth
- **Ende Januar 2023:** Abgabe des Abschlussberichts

Benotung:

In die Benotung fließen die Präsentationen sowie der Abschlussbericht ein.

Anmeldung:

- Die verbindliche Anmeldung zum Seminar ist vom **11.07.** (08.00 Uhr) bis zum **15.07.** (23.59 Uhr) über CampusOnline möglich.
- Die Zahl der Teilnehmer:innen des Seminars ist begrenzt. Die endgültige Zulassung erfolgt im Rahmen der Seminarvorbesprechung.
- Sollte die Veranstaltung bereits belegt sein, erhalten Sie einen Platz auf der Warteliste und rücken automatisch nach, sollte sich jemand während des Anmeldezeitraums wieder abmelden.

Vorbesprechung:

- Die Vorbesprechung und Themenvergabe findet **am 21. Juli 2022, von 09-10:00 Uhr** statt. Der Raum wird noch kommuniziert.
- Im Rahmen der Vorbesprechung werden detaillierte Informationen zum Seminar bekannt gegeben sowie die Teams für die Präsentationen gebildet.
- Die Vorbesprechung ist verpflichtender Bestandteil des Seminars. Sollten Sie verhindert sein, schicken Sie unbedingt eine:n Vertreter:in.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte direkt an Matthias Anderski (matthias.anderski@uni-bayreuth.de).

Bayreuth, 01.07.2022

Prof. Dr. Tim Ströbel