



Projektseminar Marketing & Sportmanagement Sommersemester 2022

Im Sommersemester 2022 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 Marke „medi bayreuth“ – Analyse des Status Quo und Weiterentwicklung der Klubmarke

Das Seminar findet in Kooperation der Professur für Marketing & Sportmanagement mit dem Basketballbundesligisten **medi bayreuth** statt. Zielstellung des Seminars ist die Weiterentwicklung des Markenkonzepthes für medi 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 „medi bayreuth“ 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 medi bayreuth, welche dem Praxispartner zum Abschluss vorgestellt werden.

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

Die Studierenden erhalten Anfang Februar 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 Sommersemesters. Die theoretischen Konzepte bilden die Grundlage für die darauf aufbauende empirische Analyse des Status Quo der Marke „medi 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 medi bayreuth, die zum Abschluss des Seminars in Form eines Abschlussberichtes an den Praxispartner übergeben werden.

Das Seminar wird von Prof. Dr. Tim Ströbel und Lars Griebel geleitet.

Ablauf des Projekteminars:

- **03. Februar 2022:** Vorbesprechung und Themenvergabe
- **Vorlesungsfreie Zeit:** Vorbereitung der Präsentationen (Markenkonzepte)
- **Ende April 2022:** Blockveranstaltung (Präsentationen Markenkonzepte)
- **Anfang Juni 2022:** Präsentation des Status Quo der Marke „medi bayreuth“
- **Anfang Juli 2022:** Abgabe des Abschlussberichts

Benotung:

In die Benotung fließen die Präsentationen sowie der Abschlussbericht ein.

Anmeldung:

- Die verbindliche Anmeldung zum Seminar ist vom **24.01.** (08.00 Uhr) bis zum **28.01.** (23.59 Uhr) über cmlife 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 für das Seminar findet am **03. Februar 2022 um 10.00 Uhr** voraussichtlich via Zoom statt. Weitere Informationen werden rechtzeitig 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 Lars Griebel. (lars.griebel@uni-bayreuth.de).

Bayreuth, 17.01.2022

Prof. Dr. Tim Ströbel