
Themen für Abschlussarbeiten im Arbeitsbereich Marketing & Services (MuSe)

Termine des Ausschreibungs- und Vergabeprozesses

Die Themenausschreibung erfolgt zweimal pro Semester.

- Sommersemester: Januar/Februar (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und April/Mai (zu Beginn der Vorlesungszeit)
- Wintersemester: Juni/Juli (parallel zu den Anmeldeterminen für Seminararbeiten) und Oktober/November (zu Beginn der Vorlesungszeit)

Bewerbungsverfahren

Die Bewerbung auf Abschlussarbeiten im MuSe-Bereich erfolgt ausschließlich über E-Learning. Bitte schreiben Sie sich daher in den nachfolgenden Kurs ein:
<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Wählen Sie in dem E-Learningkurs bitte die Arbeitsform aus, für die Sie sich bewerben möchten (d.h. BA, MA oder WiWiZ). Bitte folgen Sie dann den entsprechenden Anweisungen und laden Sie dort Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen hoch.

Ihre Bewerbungsunterlagen müssen folgende Dokumente (**als PDF**) enthalten (bitte unbedingt als **drei getrennte Dokumente** hochladen):

1. Aktueller **CampusOnline-** bzw. **CM Life- Notenauszug** (Benennung: Noten_Nachname_Vorname.pdf)
2. **Lebenslauf** (Benennung: CV_Nachname_Vorname.pdf)
3. **Motivationsschreiben** für das eine (!) Thema mit Ihrer höchsten Präferenz (Max. 200 Wörter; keine spezielle Formatierung notwendig; Benennung: MS_Nachname_Vorname.pdf)

Bewerbungen, die nicht diesem Format entsprechen, können aufgrund der automatisierten Auswertung leider nicht berücksichtigt werden.

Bewerbungen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie WiWiZ-Abschlussarbeiten werden bis **Sonntag, 30. April 2023 (23:59 Uhr)** angenommen. Sollte ein Thema als „vergeben“

gekennzeichnet sein, so ist eine Bewerbung für dieses Thema leider nicht möglich. **Bei Fragen oder technischen Problemen wenden Sie sich bitte an muse@uni-bayreuth.de**

Die Themenzusagen (bzw. Themenabsagen) erfolgen frühestens **ca. (!)** zwei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir im Vorfeld der Themenvergabe **nicht immer zeitnah Auskünfte zu allen Themen geben können**. Alle Themen sind daher so formuliert, dass der Arbeitsauftrag deutlich wird. Sollten Sie dennoch Fragen zu bestimmten Themen haben, werden diese von den jeweiligen Mitarbeitern (siehe Themenübersicht: „Kontaktperson“) ausschließlich im Rahmen ihrer Sprechstunden beantwortet. Bitte wenden Sie sich dafür per Mail mit einer Terminanfrage an den entsprechenden Betreuer. Fragen, die Sie per Mail an den Betreuer richten, werden ausdrücklich nicht beantwortet, da per Mail aus Kapazitätsgründen keine ausführliche Beratung möglich ist.

+++ Bitte beachten: Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten +++

Für alle Studierenden, die in diesem oder kommenden Semester ihre Seminar-, Bachelor-, WiWiZ- oder Masterarbeit am Lehrstuhl BWL III (Marketing & Konsumentenverhalten), am Lehrstuhl BWL VIII (Marketing & Dienstleistungsmanagement), am Lehrstuhl BWL XIV (Marketing & Innovation) oder am Lehrstuhl BWL XV (Marketing & Sportmanagement) schreiben möchten, bietet der Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten ein Proseminar zum wissenschaftlichen Arbeiten an.

Das Proseminar kann als Onlineveranstaltung jederzeit über den folgenden E-Learningkurs besucht werden:

<https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=31880>

Einschreibeschlüssel: ProSem10/21

Themenübersicht Bachelorarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für Bachelorarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Bachelorarbeiten nicht empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
1	Ich glaub ich fühl mich krank! Wie Konsumenten digitale Technologien zu gesundheitlichen Zwecken nutzen – Ein Literaturüberblick	BWL III	Koch	30. April 2023
2	Role Attribution bei digitalen Produkten – Ein Überblick	BWL III	Koch	30. April 2023
3	Positive Auswirkungen von Persuasion Knowledge im Marketing	BWL III	Harnisch- macher	30. April 2023
4	Customized or Personalized? Ein Vergleich von Personalisierung und Customization	BWL III	Ross	30. April 2023
5	When is it too personal? Personalisierte Werbestrategien und deren Einfluss auf Konsumenten	BWL III	Ross	30. April 2023
6	Designed by AI ?! Eine experimentelle Analyse zur Wahrnehmung von AI-designed Produkten	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. April 2023
7	Die Bedeutung des Begriffs "Aura" im Marketing und Dienstleistungsmanagement: eine systematische Literaturanalyse	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. April 2023
8	Humorvolle Stigmatisierung im Marketing - Eine systematische Literaturanalyse	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. April 2023

V	Service Recovery im Sport - eine empirische Studie am Beispiel Fußball (bereits vergeben)	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	Bereits vergeben
9	Nachhaltigkeit-Preis Trade-Offs bei Funktionsbekleidung	BWL XIV	Dr. Brand	30. April 2023
10	Der Fußballplatz der Zukunft? Adidas Bio Turf im Vergleich zu konventionellen Kunstrasenplätzen	BWL XIV	Karasenko	30. April 2023
11	Fairness in Empfehlungssystemen	BWL XIV	Karasenko	30. April 2023
12	Chancen und Risiken des Einsatzes von ChatGPT im Marketing	BWL XIV	PD Dr. Rese	30. April 2023
13	(Bio-)Material vs. Preis: Der Einfluss bei Heimtextilien	BWL XIV	Rösch	30. April 2023
14	Glaubwürdigkeit nachhaltiger Claims im Marketing – Eine Frage der Kommunikation?	BWL XIV	Rösch	30. April 2023
V	Einsatz von Athlete Brands zur internationalen Vermarktung der Fußball Bundesliga (Kooperationsprojekt - bereits vergeben)	BWL XV	Anderski	Bereits vergeben
V	Branding across borders: Markenerweiterungen europäischer Sportmarken in die USA (vergeben)	BWL XV	Griebel	Bereits vergeben
15	Markencontrolling-Tools und ihre Eignung für Sportmarken	BWL XV	Prof. Ströbel	30. April 2023

Themenübersicht Masterarbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Bitte geben Sie bei der Bewerbung **immer drei präferierte Themen** an.

Themen für Masterarbeiten				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
16	Noch immer in aller Munde – Das Metaversum als Rückzugsort für Konsumenten	BWL III	Koch	30. April 2023
17	Was wir hören wollen?! – Künstliche Intelligenz als Freund und Begleiter im Alltag. Ein Funke für Konsumenten	BWL III	Koch	30. April 2023
18	"#Deinfluencing - Auf keinen Fall kaufen" - Die Auswirkungen der Gegenbewegung zum Influencer Marketing auf Konsumententscheidungen	BWL III	Ross	30. April 2023
V	Real vs. Virtual - An experimental study on consumer responses to virtual influencer (Bereits vergeben)	BWL III	Ross	Bereits vergeben
19	The influence of persuasion knowledge cues on social media engagement using sustainable influencer marketing as an example.	BWL III	Ross	30. April 2023
20	Die Customer Experience in der Mensa verbessern - Eine quantitativ-empirische Studie	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. April 2023
21	Die Mensa (noch) besser machen - Eine quantitativ-empirische Studie zur Kundenzufriedenheit mit der Mensa	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. April 2023
22	Influencer Marketing im B2B - Eine empirische Studie	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. April 2023

23	Nachhaltigkeit-Preis Trade-Offs bei Funktionsbekleidung	BWL XIV	Dr. Brand	30. April 2023
24	Der Fußballplatz der Zukunft? Adidas Bio Turf im Vergleich zu konventionellen Kunstrasenplätzen	BWL XIV	Karasenko	30. April 2023
25	Machine Learning für die Messung von Technologie Akzeptanz	BWL XIV	Karasenko	30. April 2023
26	Process Mining im E-Commerce – Analyse der Customer Journey	BWL XIV	Karasenko	30. April 2023
27	Einsatz von ChatGPT bei der Gestaltung von (nachhaltigen) Marketingkampagnen	BWL XIV	PD Dr. Rese	30. April 2023
28	Einsatz von ChatGPT zum Vergleich von Marken, z.B. in Bezug auf deren Nachhaltigkeit	BWL XIV	PD Dr. Rese	30. April 2023
29	Motive zur Nutzung grüner Innovationen	BWL XIV	PD Dr. Rese	30. April 2023
30	(Bio-)Material vs. Preis: Der Einfluss bei Heimtextilien	BWL XIV	Rösch	30. April 2023
31	Der Intention-Behavior Gap bei nachhaltigem Konsum – Eine Frage der Information?	BWL XIV	Rösch	30. April 2023
32	Die Marke Spöko - Eine Analyse aus einer Multi-Akteur-Dominanten Logik	BWL XV	Griebel	30. April 2023
33	Kokreation von Marken - eine systematische Literaturanalyse	BWL XV	Griebel	30. April 2023
V	Conceptualisation of Sport Sponsorship as an Engagement Platform - Analysis of a Mountain Bike Event for End Customers as an Engagement Platform (vergeben)	BWL XV	Prof. Ströbel	Bereits vergeben
34	Digitale Fan Experience im SAP Garden	BWL XV	Prof. Ströbel	30. April 2023

35	Soziale Netzwerkplattformen zur Wissenschaftskommunikation im akademischen Umfeld - Building the academic personal brand	BWL XV	Prof. Ströbel	30. April 2023
----	--	--------	---------------	-------------------

Themenübersicht WiWiZ-Arbeiten

Die **Bewerbung** erfolgt über E-Learning: <https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=32968>

Themen für WiWiZ				
(Falls nicht anderweitig gekennzeichnet bzw. verdeutlicht, sind die Masterarbeiten immer empirisch)				
	Titel	Lehrstuhl	Kontakt- person	Bewerbung über E-Learning möglich bis
36	Transparenz der Datenverarbeitung von always-on Mikrofonen aus Konsumentensicht – Ein verbraucherrechtlicher Ansatz	BWL III	Koch	30. April 2023
37	Smart Services für Kinder - Welche rechtlichen Aspekte gilt es zu beachten?	BWL VIII	Prof. Bilstein & Team	30. April 2023