

Informationsveranstaltung des Schwerpunktes *Marketing und Services (MuSe)* für Interessenten der Master-Studiengänge BWL und Sportökonomie

**am 17.10.2017 (Wintersemester 2017/2018)
von 14:15 bis 15:45 Uhr in H21 (RW II)**

Weitere
Studiengänge
(MeKuWi, GÖ, etc.)
beraten wir gern!

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl BWL III: Marketing)

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl BWL VIII: Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Bettina Lis (Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl BWL XIV: Innovations- und Dialogmarketing)

Prof. Dr. Maximilian Röglinger (Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement)

Prof. Dr. Tim Kessler (Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen)

- 1. Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/2018
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr.
Daniel Baier**
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



**Prof. Dr. Claas
Christian Germelmann**
(LS Marketing)



**Prof. Dr.
Herbert Woratschek**
(LS Dienstleistungsmanagement)



**Prof. Dr.
Bettina Lis**
(LS Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)



**Prof. Dr.
Maximilian Röglinger**
(Professur für Wirtschaftsinformatik und
wertorientiertes Prozessmanagement)



**Prof. Dr.
Tim Kessler**
(JP –Intern. Technologiemanagement,
insb. industr. Dienstleistungen)



Dr. Ines Brusch
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
extern, z.Z. in Elternzeit)



Dr. Julia Fehrer
(LS Dienstleistungsmanagement)



Dr. Matthias J. Kaiser
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



PD Dr. Alexandra Rese
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Dr. Alexander Sänn
(LS Innovations- und Dialogmarketing
und BF/M)



Carmen Back
Sekretariat
(LS Dienstleistungsmanagement)



Jonathan Baker
Gastdozent
(LS Dienstleistungsmanagement)



Markus Buser
M.Sc. SpOec
(LS Dienstleistungsmanagement)



Larissa Diekmann
Master of Science
(LS Marketing)



Maximilian Fischer
Master of Science
(LS Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)



Jonas Föhr
Master of Science
(LS Marketing)



Jessica Gabski
Sekretariat
(LS Innovations- und Dialogmarketing)



Brigitte Goßler
Sekretariat
(LS Allgemeine
Betriebswirtschaftslehre)



Johanna Held
Master of Arts
(LS Marketing)



Mario Kaiser
M.Sc. SpOec.
(LS Dienstleistungsmanagement)



Franziska Kullak
Master of Science
(LS Dienstleistungsmanagement)



Dr. Pablo Neder
Dipl.-Kaufmann
(LS Marketing)



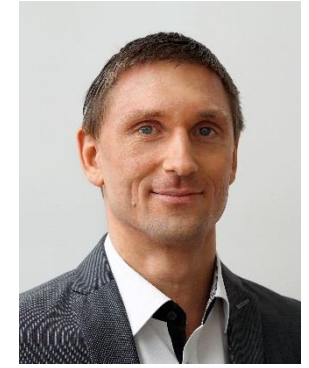
Riccardo Reith
(LS Allgemeine Betriebswirtschaft)



Jan Schönberner
M.Sc. SpOec
(LS Dienstleistungsmanagement)



Michael Stadelmann
Dipl.-Gesundheitsökonom
(LS Dienstleistungsmanagement)



Maximilian Stieler
Dipl.-Sportökonom
(LS Marketing)



Kristin Suckau
Dipl.-Kaufrau
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
z.Z. in Elternzeit



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS Marketing)



Friederike Weismann
Master of Arts
(LS Marketing)



Sabine Winkler
Sekretariat
(LS Innovations- und Dialogmarketing)
z.Z. erkrankt



Sandra Ziewiecki
(LS Allgemeine Betriebswirtschaft)

Gastprofessoren im Arbeitsschwerpunkt MuSe



**Prof. Laurence
Ashworth**
(Queen's School of Business, Kingston,
Canada)



Prof. Dip Biswas
(University of South Florida, USA)



Prof. Rod Brodie
(University of Auckland,
New Zealand)



Prof. Geoffrey I. Crouch
(La Trobe University, Australia)



Prof. Peter Darke
(York University, Canada)



Prof. Don Getz
(University of Calgary, Canada)



Prof. Jürgen Gnoth
(University of Otago, New Zealand)



Prof. Jean-Luc Hermann
(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



Prof. Elina Jaakkola
(University of Turku, Finland)



Prof. Mathieu Kacha
(Institut Universitaire de Technologie
de Metz, France)



**Prof. Constantine
Katsikeas**
(University of Leeds, UK)



Prof. Dongfeng Liu
(Shanghai University of Sport, Shanghai)



Prof. Risto Rasku
(Sport Business School, Finland)



Prof. Dave Ridpath
(Ohio University, USA)



Prof. Harold Riemer
(University of Regina, Canada)



Prof. J.R. Brent Ritchie
(University of Calgary, Calgary)



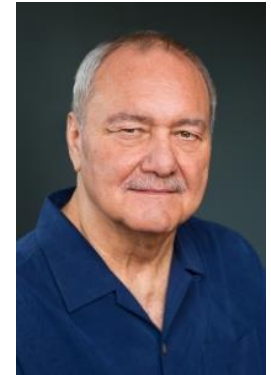
Prof. James Santomier
(Sacred Heart University, USA)



Prof. Lorn Sheehan
(University of Halifax, Canada)



Prof. Marijke Taks
(University of Ottawa, Canada)



Prof. Stephen L. Vargo
(University of Hawaii, USA)



Prof. Björn Walliser
(Université de Lorraine, Nancy, France)



Prof. Hans Westerbeek
(University Melbourne, Australia)



Prof. Bradley Wilson
(Universidad de los Andes, Colombia)

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/2018
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrprogramm Master BWL

Überblick über die Master-Modulbereiche



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing </div>	Dienstleistungs- management <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>	MuSe Ergänzungs- modulbereich <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... <p>* falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht</p> </div>
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<div style="text-align: right; font-size: small; border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">Empfehlungen</div> <p>Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing</p> <p>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence</p>		

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit		
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	Marketing Hauptseminar Marketing & Services Marketing A: Konsumentenverhalten Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <u>oder</u> Marketing B: Dialogmarketing	Dienstleistungs- management Hauptseminar Marketing & Services DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> DLM A: Innovationsmarketing DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	MuSe Ergänzungs- modulbereich max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <u>oder</u> Strategische Rechtskommunikation <u>oder/und</u> Data Mining im Marketing mit R <u>oder/und</u> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence		

Empfehlungen

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit													
Modulbereich „große“ Vertiefung (36 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 365 1384 458" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1398 365 2001 458" style="text-align: center;"> Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 465 1384 579" style="text-align: center;"> Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="1398 465 2001 1079" rowspan="5" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 601 845 765" style="text-align: center;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </td> <td data-bbox="859 601 1384 765" style="text-align: center;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing </td> </tr> <tr> <td data-bbox="327 779 845 936" style="text-align: center;"> Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing </td> <td data-bbox="859 779 1384 936" style="text-align: center;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 951 1384 1079" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok)) </td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services	Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht	Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing	Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement	Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))	
Große Vertiefung Marketing & Services		Ergänzungsmodulbereich Marketing & Services												
Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing B: Dialogmarketing* • DLM A: Innovationsmarketing* • Management von digitalen Medien • Marketing-Management bei Sportmedien • Veranstaltungs- und Projektmanagement • Ausgewählte Fragen des Marketing • Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement • Hauptseminar Medienmanagement • Wertorientiertes Prozessmanagement • ... * falls nicht bereits in Vertiefung eingebracht												
Marketing A: Konsumentenverhalten	DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement <i>oder</i> DLM A: Innovationsmarketing													
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing <i>oder</i> Marketing B: Dialogmarketing	DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement													
Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u> (2x=ok))														
Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="327 1115 2001 1293" style="text-align: center;"> Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence </td> </tr> </table>		Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence											
Basismodul B1 – Forschungsmethoden Projektseminar zur empirischen Datenerhebung/-analyse <i>oder</i> Strategische Rechtskommunikation <i>oder/und</i> Data Mining im Marketing mit R <i>oder/und</i> Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence														

Empfehlungen

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. **Sportökonomie**
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/2018
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit	
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-3: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement	
Vertiefungs- modul BWL B-1 24 LP + 6 LP	Marketing <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> Hauptseminar Marketing & Services </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> Marketing A: Konsumentenverhalten </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> Marketing B: Corporate Commu- nication, Media and Marketing oder Marketing B: Dialogmarketing </div>	Dienstleistungs- management <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> DLM A: Wert im Dienstleistungsmanagement oder DLM A: Innovationsmarketing </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> DLM B: Qualität im Dienstleistungsmanagement </div>
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulebereich A A-1-2: Veranstaltung aus dem Fächerkanon der BWL (bis zu 11 LP)	

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. **MuSe-Besonderheiten**
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/2018
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Autonome Masterarbeit

30 ECTS

- 24 Wochen
- Note:

100% Masterarbeit

Integrierte Masterarbeit

12 ECTS aus Projektseminar

18 ECTS aus Masterarbeit

- 16 Wochen
- Note:

40% Projektseminar

60% Masterarbeit

Anmerkung: Die 12 ECTS aus dem ursprünglichen Projektseminar gehen dann in der Masterarbeit auf und müssten neu belegt werden...

- Im Arbeitsbereich Marketing und Services (MuSe) werden die **Themen für Abschlussarbeiten gemeinsam ausgeschrieben**, von den Lehrstühlen für:
 - **Innovations- und Dialogmarketing** (Prof. Dr. Daniel Baier)
 - **Marketing** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
 - **Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
- Die Themenausschreibung erfolgt **zweimal pro Semester** i.d.R. zu Beginn (1. Anmeldezeitraum) und gegen Ende der Vorlesungszeit (2. Anmeldezeitraum).
- Berücksichtigen Sie auch die Themen für eine Abschlussarbeit im Schwerpunkt „Marketing und Services (MuSe)“: Der Professur für Wirtschaftsinformatik und Nachhaltiges IT-Management (Prof. Dr. Gilbert Fridgen), der Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen (Prof. Dr. Tim Kessler), des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (Prof. Dr. Bettina Lis) und der Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement (Prof. Dr. Maximilian Röglinger)
- Für Informationen bzgl. der Themen und Bewerbung, bitte Aushänge der Lehrstühle beachten!

Zum Erwerb des Marketing & Services-Zertifikats sind aus dem Vertiefungsblock („große“ Vertiefung) 36 Leistungspunkte im Rahmen des Vertiefungsmodulbereichs und zusätzlich die 30 Leistungspunkte des Masterarbeitsmoduls am Lehrstuhl für Marketing, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement, Lehrstuhl für Innovations- und Dialogmarketing oder bei einer der Juniorprofessuren zu erbringen (inkl. Masterarbeit)

Das Zertifikat ist über den Lehrstuhl BWL I von Prof. Schäfer (für BWL) bzw. über den Lehrstuhl BWL VIII von Prof. Woratschek (für Sportökonomie) zu beantragen.



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ZERTIFIKAT

Marketing und Services (MuSe)
im

Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Frau Exempiar Muster, geboren am 1.1.2000 in Mittelpunk, hat im Schwerpunkt ihres Masterstudiums der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth die große Vertiefung Marketing und Services (MuSe) studiert.

Diese Vertiefung fußt auf einer wissenschaftlich fundierten und zugleich anwendungsorientierten Ausbildung in marketingorientierter Unternehmensführung. In den interdisziplinären Modulen hat sich Frau Exempiar Muster aktuelle wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse angeeignet und in Projekten umgesetzt. In verschiedenen Veranstaltungstypen (Vorlesungen, Übungen, Seminare, Case Studies, Blended Learning, Projektarbeiten und Masterarbeit) werden neben Professoren und Dozenten auch internationale Gastwissenschaftler und renommierte Praktiker integriert. Wichtige Kompetenzfelder in der Vertiefung Marketing und Services sind:

- Wertbasierte Strategieentwicklung und Innovationen
- Konsumentenverhalten und Service-Profit Chain
- Empirische Marketingforschung, insbesondere in den Bereichen Sport, Medien, Handel, Gesundheit und Kultur
- Forschung-Praxis-Transfer im Marketing-, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement

Auf dieser Basis wird sie später in der Lage sein, anspruchsvolle Fach-, Führungs- und Beratungsaufgaben im Marketing- und Dienstleistungsmanagement zu übernehmen.

Die Schwerpunktmodule dieser Vertiefung werden von den Lehrstühlen Betriebswirtschaftslehre III: Marketing und VIII: Dienstleistungsmanagement und der Juniorprofessur Direct Marketing getragen. Die belegten Module und erreichten Modulnoten sind im Masterzeugnis gelistet.

Bayreuth, den 00.00.2012.
Moderator des Masterstudiengangs
Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Prof. Dr. Klaus Schäfer

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. **Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/2018**
6. Master...und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl BWL III: Marketing

Prof. Germelmann & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing B: Corporate Communication, Media and Marketing Vorlesung: Germelmann Übung: Neder	V 3-2	B-1-2
Hauptseminar im Marketing (Consumer Insights für die Ableitung erfolgreicher Marketingstrategien) Germelmann / Stieler → <i>Teilnahme nicht mehr möglich</i>	V 3-3	B-1-5
Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt „Employer Branding: Status, Herausforderungen, Trends“ Neder - Stark begrenzte Platzzahl → Bewerbung erforderlich!	B 1-6	D-3 / E-2 nach Absprache
Projektseminar „Methoden der Datenerhebung und multivariaten Datenanalyse“ Germelmann / Diekmann → <i>Teilnahme nicht mehr möglich</i>	B 1-1	D-3 und E-2 nach Absprache
Veranstaltungs- und Projektmanagement Schreyer → Bewerbung erforderlich!	V 3-4	

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Co-Creative Colloquium Germelmann / Diekmann	fakultativ	fakultativ
Proseminar „Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens“ Diekmann	fakultativ	fakultativ
Seminar “Principles of Marketing” - Integrated lecture and seminar Kacha		Bei Auflage: „Grundlagen des Marketing“

Zielgruppe:

- Engagierte Studierende (M.Sc.) mit Interesse an (Employer) Branding, Customer Behavior und Consulting sowie hoher intrinsischer Motivation.

Aufgaben (intensive Betreuung und Input bei jedem Aufgabenschritt):

- Literaturrecherche in den Bereichen Employer Branding, Customer Experience und Customer Journey Management
- Eigenständige Durchführung empirischer Untersuchungen
- Datenaufbereitung und –analyse
- Reporting und Präsentation der Ergebnisse

Anmeldung:

Aufgrund der intensiven Betreuung ist die Teilnehmerzahl für diesen Kurs stark beschränkt. Eine Bewerbung ist deshalb notwendig (pablo.neder@uni-bayreuth.de)

Inhalt der Bewerbung (ein PDF): Bachelor-Zeugnis, aktueller Noten-Auszug und Lebenslauf.

Bewerbungsfrist: Montag, 23.10, 22:00 Uhr (Siehe auch: Aushang auf unserer Webseite)

Weiteres, innovatives Forschungsprojekt „Capstone Week“

- **Zielgruppe:** Engagierte Studierende (M.Sc.)
- **Zeitraum:** In der vorlesungsfreien Zeit vom 24.02-3.3.2018 (Details folgen, vgl. Aushang (forthcoming))
- **Kooperation:** In Zusammenarbeit mit der Kelley School of Business (Indiana University, USA)
- → Bitte Aushänge Ende 2017 beachten...

Exklusive Chance!!



Sponsorship-linked Marketing

- What?
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: Until **30.11.2017**
- Lecturer: Univ.-Prof. Dr. Jörg Königstorfer;
Technische Universität München
- Grading: Based on exam (multiple choice and prose, 60 minutes)
- Applicable towards: V 3-2 Marketing B, or “Ergänzungsmodulbereich”
- Registration at the VHB homepage. Further information:
<https://kurse.vhb.org/VHBPORTAL/kursprogramm/kursprogramm.jsp?kDetail=true> (search term: “sponsorship-linked marketing”)



- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zielgruppe: Wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master)
- Themen:
 1. Bewertungskriterien
 2. Forschungsfragen
 3. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
 4. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
 5. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
 6. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann
- **Anmeldung:** Nicht notwendig
- **Ort:** Siehe Campus Online
- Termine (das Proseminar wird **2x pro Semester** angeboten): Blockveranstaltung am **20./21.11.2017** und **05./06.03.2018** (jeweils Vorlesung (an Tag 1) und Übung (an Tag 2); jeweils von 8-13 Uhr). Informationen finden Sie auf der Homepage des Marketing Lehrstuhls (**bitte im Newsletter des Marketing Lehrstuhls eintragen!**).

Lehrstuhl BWL VIII: Dienstleistungsmanagement

Prof. Woratschek & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Hauptseminar: E-Sports und Fußball HS: Woratschek, von Lingen, Buser – <u>läuft bereits</u>	V-8-3	B-1-5
Angewandte Marktforschung im Dienstleistungsmanagement V über 2 Semester, Teil 1 Beginn WS 17/18: Woratschek, Buser Bitte Aushang zu gesondertem Anmeldeverfahren beachten!	B-1-1.3 / M-2	D3 / E-2
Qualität im Dienstleistungsmanagement V: Woratschek, Di 12-14, H 22 (RW II) & 14-16 Uhr, H 21 (RW II) Ü: Stadtelmann, Kullak, in 5 Gruppen nach Ankündigung	V-8-2 (DLM B)	B-1-4 / B-4-5 (DLM B)
Hauptseminar: Developing Service Business in the Digital Age HS: Fehrer, Jaakkola, am 19.12.17 und zwischen 09. & 11.01.2018	V-8-3	B-1-5
DLM: Markenbildung bei Finanzdienstleistungen V: Böhler, Blockveranstaltung 17.11.17 & 12.01.18 (Anmeldung als DLM-Spezialisierung in CampusOnline über Marketing-Lehrstuhl)	Ergänz.	
DLM/SMV: Sportsponsoring V: Santomier, Blockveranstaltung, zwischen 20.11 und 24.11.17		A-1-5 / D
DLM/SMV: Ethics and Social Entrepreneurship V: Baker, Blockveranstaltung, zwischen 13.11 und 15.12.17	Ergänz.	A-1-5 / D
DLM/SMV: Sports Industry and Marketing in China V: Liu, Blockveranstaltung, zwischen 27.11. und 30.11.17	Ergänz.	A-1-5 / D

Anmeldung
in Campus-
Online bis
eine Woche
vor Klausur

Anmeldung mit Hinterlegung
eines Pfands von 25 €
von 16.10.16 bis 17.10.17
über CampusOnline.

Anmeldung mit Hinterlegung eines Pfands von 25 €
von 16.10.17 bis 17.10.17 über CampusOnline.

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
DLM/SMV: Innovative Approaches to Services Marketing and Management V: Gnoth, Blockveranstaltung, zwischen 12.11. und 17.11.17	Ergänz.	A-1-5 / D
DLM/SMV: Leadership and Motivation V: Riemer, Blockveranstaltung, zwischen 01.12. und 07.12.17	Ergänz.	A-1-5 / D
DLM/SMV: Marktforschungsorientiertes Benchmarking im Dienstleistungsmanagement V: Durchholz, Blockveranstaltung, am 07./08. und 13. bis 15.12.17	Ergänz.	A-1-5 / D
DLM/SMV: Beschwerdemanagement V: Macht, Blockveranstaltung, am 27.10. und 17. & 18.11.17	Ergänz.	A-1-5 / D
DLM/SMV: Fundamentals of Sport Marketing V: Kalemba, Blockveranstaltung, zwischen 27.11. und 08.12.17	Ergänz.	A-1-5 / D
Entrepreneurship in der New Economy (2 ECTS) V: Maier, Blockveranstaltung, 24. & 25.11. und 12. & 13.01.18	Ergänz.	D
Schlüsselqualifikation: Business Etikette (2 ECTS) V: Thammer, Blockveranstaltung, zwischen 04.12. und 08.12.17		D
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blockveranstaltung, 2x pro Semester, nach Ankündigung	fakultativ	fakultativ

Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Lis & Team



- Ausrichtung des Lehrstuhls an der Schnittstelle von Marketing, Management und Medien
- Fokussierung an aktuellen Fragen in den Bereichen des Konsumentenverhaltens sowie des (Media-) Managements vor dem Hintergrund einer voranschreitenden Digitalisierung der Märkte.
- Betrachtung u.a. des E- und M-Commerce, Kommunikation von verantwortungsbewusstem Unternehmensverhalten (CSR), electronic Word of Mouth, M-Payment

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Hauptseminar der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre „Digitale Plattformen: Analyse der Geschäftsmodelle disruptiver Innovatoren anhand von Fallstudien“</p> <p>Anmeldefrist: Ende WS 2017/18 über Campus Online</p> <p>Bitte beachten Sie weitere Bekanntmachungen über die Homepage des Lehrstuhls und den E-Mail Verteiler.</p>	V 3-3	B-1-5

Lehrstuhl BWL XIV: Innovations- und Dialogmarketing

Prof. Baier & Team

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>1. Innovationsmarketing (Baier, Kaiser) V: Di., 08:15-09:45 Uhr, H13 (NW I), ab 17.10.2017 Ü: Do., 16:15-17.45 Uhr, H26 (GW I), ab 26.10.2017 (nach Terminplan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Grundlagen: Bedeutung und Risiken von Innovationen, Innovationsarten, Phasenmodelle, Erfolgsfaktoren für Innovationen</i> • <i>Konzepte: Ideenfindung, Ideenbewertung, Konzeptgestaltung</i> • <i>Markteinführung: Testmarktforsch., Preisfindung, Adoption/Diffusion</i> 	als V 8-1 (DLM A) anrechenbar	als B-1-3 (DLM A) anrechenbar
<p>2. Marketing Intelligence (Baier) V: Do., 08:15-09:45 Uhr, H22 (RW II), ab 19.10.2017 Ü: Fr., 10:15-11:45 Uhr, H34 (AI), ab 27.10.2017 (14-tägig)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Informationsbedarf und Datenquellen</i> • <i>Datengewinnung: Reliabilität, Validität, Stichprobenplanung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Panelforschung</i> • <i>Datenauswertung: u.a. Regressionsanalyse, Clusteranalyse, Conjointanalyse, Kausalanalyse, Data Mining, Web Mining</i> 	als B 2-9 anrechenbar	als D-3 anrechenbar
<p>3. Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Sänn) Anmeldung bereits abgeschlossen</p>	als V 3-3 / V 8-3 anrechenbar	als B-1-6/ B-1-7 anrechenbar
<p>4. Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing II (Kaiser) Anmeldung bereits abgeschlossen</p>	als V 3-3 anrechenbar	

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>5. Forschungsprojekt Innovations- und Dialogmarketing (Baier) Anmeldung via Campus Online ab jetzt bis 27.10.2017 – Zeitplan vgl. Aushang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inhalt: wechselnd, in 2er-4er Teams, im WiSe17/18: Conversational Commerce Dialog zwischen Kunden und Unternehmen über diverse unternehmenseigener und -fremder Geräte und Kanäle mit dem letztendlichen Ziel Käufe zu tätigen. Aus der digitalen Kommunikation werden dann entsprechende Used Cases entwickelt: <ul style="list-style-type: none"> – Kommunikation (Chat/Voice) auf fremden Kanälen (z.B. WhatsApp, Facebook) – Kommunikation (Chat/Voice) auf eigenen Kanälen (z.B. OnPage, App) – Kommunikation über digitale Assistenten (z.B. AmazonEcho, GoogleHome) • Lernziel: Die Studierenden sind mit neueren Entwicklungen zu einem wiss. Thema und den zugehörigen wiss. Methoden vertraut und können einschlägige Forschungsfragen eigenständig wissenschaftlich bearbeiten. • Methoden (Auswahl): Zur Bearbeitung kommt jeweils sowohl eine Sekundäranalyse und Kreativsitzungen (Ziel: Entwicklung von Use Cases) als auch eine Primäranalyse (Befragung von Kunden mit Qualtrics über Unternehmens-Newsletter) zum Einsatz. Die Methodenauswahl (z.B. Kano, JTBD) erfolgt in Abstimmung mit den Betreuern 	<p>als B-1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3/ E-2 nach Absprache anrechenbar</p>
<p>6. Abschlussarbeiten-Kolloquium Innovations- und Dialogmarketing (Baier) Wir laden – nach Anmeldung der Masterarbeit – persönlich dazu ein.</p>	<p>Intern</p>	<p>Intern</p>

Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Röglinger & Team

Anrechenbar als
Hauptseminar Marketing

Praxisseminar im Bereich Wirtschaftsinformatik in Kooperation mit der REHAU AG + Co

- Praxisseminar während der Vorlesungszeit des Wintersemesters 2017/18 für BWL und WIng
- Praxisnahe Themen aus den Bereichen Digitalisierung, mobile Anwendungen und Marketing/Vertrieb
- Anmeldung über CampusOnline in der nächsten Bewerbungsphase
- Auch als V3-3 Hauptseminar Marketing anrechenbar

Weitere Informationen auf: www.wi.uni-bayreuth.de



REHAU[®]

Unlimited Polymer Solutions



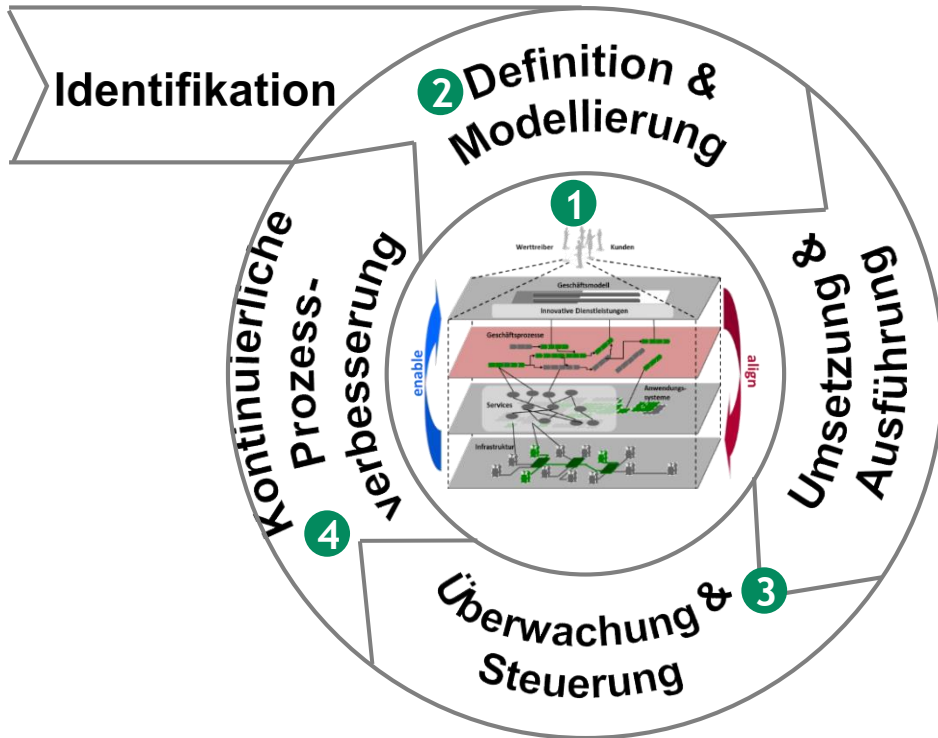
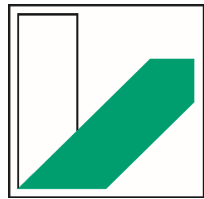
Projektgruppe
Wirtschaftsinformatik



Kernkompetenzzentrum
Finanz- & Informationsmanagement

Vorlesungsankündigung

Wertorientiertes Prozessmanagement (V 7-8)



1 Grundlagen des Prozessmanagements

2 Prozessmodellierung und -identifikation

3 Prozessindustrialisierung und -digitalisierung

4 Prozessverbesserung

Modus:	Regulär im WiSe
Einbringbarkeit:	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre (kleine Vertiefung WI, große Vertiefung TOP, Ergänzungsmodulbereich); M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen
Leistungspunkte:	6 LP
Prüfungstermin:	t.b.a.
Teilnehmerzahl:	unbegrenzt
Anmeldung:	Campus Online
Kontakt:	maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
Weitere Infos:	http://www.wi.uni-bayreuth.de
Starttermin:	Wintersemester 2017/18

Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement

Prof. Kessler & Team

■ **International Management of Technology and Innovation**

■ Vorlesung und Übung geblockt 23./24./25.11. + 01./02.12

■ **Worum geht es?**

- Integration von Technologie und Strategie
- Internationale Innovationssysteme und Standards
- Technologische Wettbewerbsanalyse
- Management von Innovationskooperationen und -netzwerken
- Digitalisierung
- Business Model Innovation und Design Thinking

■ **Wie ist die Veranstaltung aufgebaut?**

- Vorlesung in englischer Sprache
- Interaktive englischsprachige Übung mit Case Studies

■ **Wie ist die Veranstaltung anrechenbar?**

- Als Modul V 6-4 oder V 11-1/11-2/11-3
- Im Ergänzungsmodulbereich

■ **Hauptseminar Internationales Technologiemanagement**

■ Kick-off: 17.10., 16 Uhr, S50, Zwischenpräsentation: 30.11., Abschlusspräsentation: 25.01.2018 – Anmeldung noch bis 17.10. möglich

■ **Worum geht es?**

- Lösung eines ausgewählten Problems aus dem Themenfeld intern. Technologie- und Innovationsmanagement bzw. ind. Dienstleistungen
- Ziel ist nicht die Reproduktion von Wissen, sondern die Erfassung aktueller Problemstellungen aus Unternehmen, aus bestimmten Märkten bzw. aus Forschungsprojekten und die Erarbeitung konkreter Lösungsvorschläge

■ **Was sind mögliche Themen?**

- Value Co-Creation
- The future of mobility

■ **Wie ist die Veranstaltung anrechenbar?**

- Als Modul V5-4 oder V 7-3 oder V 11-4
- Im Ergänzungsmodulbereich

■ **Turnaround Management**

■ 12.-17.01.2018

- Nähere Informationen zu Inhalt, Aufbau und Anrechenbarkeit unter www.itm.uni-bayreuth.de

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/2018
6. **Master...und danach?**
7. Kontaktmöglichkeiten

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:

1. Als wissenschaftlicher Mitarbeiter
2. Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert

- Die Arbeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter:

- Verfolgen eines **selbstgewählten Dissertationsthemas**
- Mitarbeit an lehrstuhlübergreifenden **Forschungsprojekten**
- Vorbereiten und Halten von **Lehrveranstaltungen**
(z.B. Übungen, Seminare, Fallstudien, Planspiele, Projektseminar)
- Kontakt zu **(ausländischen) Gastprofessoren**
- Administrative Aufgaben am Lehrstuhl

→ Voraussetzung für Promotion Master bzw. Diplomabschluss mit Note „gut“ (§6 Promotionsordnung der RW-Fakultät)

→ Einen ersten Einblick liefert die Arbeit als **wissenschaftliche Hilfskraft und Tutor** (bei Ausschreibung bewerben)



} bei ganzer Stelle
~5 SWS Lehraktivitäten

Monatliches Einstiegsgehalt TV-L E13 Stufe 1*:

Arbeitszeit	100%	75%	50%
Brutto**	3.588€	2.691€	1.794€
Netto**	2.097€	1.683€	1.231€
Jahres-Brutto** ***	44.846€	33.635€	22.423€

* Lohnsteuerklasse I, Krankenversicherung 14,6%, Kirchensteuer Bayern, keine Kinderfreibeträge

** gerundet

*** inkl. Jahressonderzahlung

- Die Einstiegsgehälter für Wirtschaftswissenschaftler liegen derzeit bei ca. 46.000€.
- Das Einstiegsgehalt nach der Promotion beträgt jährlich durchschnittlich 56.000€, promovierte Führungskräfte im Marketing und Vertrieb verdienen ca. 129.000€ und damit 15% mehr als Kollegen mit Diplom- oder Masterabschluss.
- Jede Entgeltgruppe ist in zwei Grundstufen und drei bis vier Entwicklungsstufen unterteilt. Diese werden durchlaufen und sollen die wachsende Berufserfahrung abbilden. Die Abstände zwischen den Stufenaufstiegen sind gestaffelt (siehe auch Entgelttabelle): In Stufe 1 bleibt man im Regelfall ein Jahr, in Stufe 2 zwei Jahre, in Stufe 3 drei Jahre, in Stufe 4 vier Jahre, in Stufe 5 fünf Jahre



Die RW Fakultät strebt weiterhin eine Erhöhung des Frauenanteils von Promotionen an.

Doktorandinnen können daher zusätzliche Fördermaßnahmen in Anspruch nehmen:

- **Zuschüsse** für Reisekosten (z.B. Tagungsgebühren), Forschungsreisen und Weiterbildungen
- **Hilfskraftmittel** (z.B. für die Unterstützung bei Forschungsprojekten)
- **Coaching Programm** zur Unterstützung bei der Karriereplanung, Zeit- und Teammanagement sowie Work-Live-Balance
- **Fortbildungsmaßnahmen** in Zusammenarbeit mit dem Fortbildungszentrum Hochschullehre (FBZHL)
- **Stipendium** zur Abschlussphase der Promotion im Rahmen des „Programms zur Förderung der Chancengleichheit für Frauen in Forschung und Lehre“ des Freistaates Bayern (monatlich 1200€ für max. 3 Monate)
- **Fördermaßnahmen:** Ggf. stehen Gelder für eine studentische Hilfskraft oder andere Unterstützungsformen zur Verfügung.
- Die Universität Bayreuth setzt sich als **zertifizierte familiengerechte Hochschule** mit Nachdruck für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein



Sie haben eine Behinderung, Lernschwäche, eine psychische oder chronische Erkrankung?

1. Sprechen Sie mich an
2. Sprechen Sie **becks** an

becks
Büro des Beauftragten für behinderte
und chronisch kranke Studierende

becks informiert Sie über Ihre Rechte, Nachteilsausgleiche und weitere Möglichkeiten für ein chancengleiches Studium an der Universität Bayreuth.

becks freut sich, Ihnen persönlich zu begegnen.

Telefon: 0921 / 55 – 4506
E-Mail: becks@uni-bayreuth.de
Homepage: www.becks.uni-bayreuth.de

**Ausführlicher
Leitfaden online!**

beraten | vermitteln | verändern

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2017/2018
6. Master...und danach?
7. **Kontaktmöglichkeiten**

- **Lehrstuhl BWL III: Marketing** – Prof. Dr. Claas Christian Germelmann
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 163, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6130, Fax +49 (0) 921 – 55-6132
Internet: www.marketing.uni-bayreuth.de, E-Mail: bwl3@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL VIII: Dienstleistungsmanagement** – Prof. Dr. Herbert Woratschek
Universitätsstraße 30, Sportinstitut, Raum 1.09, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-3497, Fax +49 (0) 921 – 55-3496
Internet: www.dlm.uni-bayreuth.de, E-Mail: dlm@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIII: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** – Prof. Dr. Bettina Lis
Universitätsstraße 30, Gebäude RW I, Raum 1.0 02 152, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-6111, Fax +49 (0) 921 – 55-6112
Internet: www.abwl.uni-bayreuth.de, E-Mail: abwl@uni-bayreuth.de
- **Lehrstuhl BWL XIV: Innovations- und Dialogmarketing** – Prof. Dr. Daniel Baier
Universitätsstr. 30, Gebäude B9, Raum 20, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-4340, Fax +49 (0) 921 – 55-4342
Internet: www.innodialog.uni-bayreuth.de, E-Mail: bwl14@uni-bayreuth.de
- **Professur für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement** - Prof. Dr. Maximilian Röglinger
Wittelsbacherring 10, 95444 Bayreuth
Telefon: +49 921 55-4710, Fax: +49 921 55-84-4710
Internet: www.wpm.uni-bayreuth.de, E-Mail: maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
- **Juniorprofessur Internationales Technologiemanagement, insb. industrielle Dienstleistungen** – Prof. Dr. Tim Kessler
Universitätsstr. 30, Gebäude B9, Raum 14, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-2819
Internet: www.itm.uni-bayreuth.de, E-Mail: tim.kessler@uni-bayreuth.de
- *Ansprechpartner für die Durchführung der MuSe-Informationsveranstaltung ist Herr Dr. Matthias J. Kaiser (BWL XIV – matthias.kaiser@uni-bayreuth.de)*

Hinweis:

- Bitte informieren Sie sich auch auf der MuSe-Portalseite unter www.muse.uni-bayreuth.de
- Jede hier aufgeführte Lehrstuhleinheit bietet zudem einen eigenen Newsletter zu aktuellen Nachrichten – bitte eintragen!