

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

**am 19.10.2021 (Wintersemester 2021/22)
von 12:00 bis 14:00 Uhr, H21 (RW II)**

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

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten)

Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement)

Prof. Dr. Daniel Baier (Lehrstuhl für Marketing & Innovation)

Prof. Dr. Tim Ströbel (Professur für Marketing & Sportmanagement)

Prof. Dr. Bettina Lis (Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)

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

- 1. Vorstellung MuSe-Akteure**
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2021/2022
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



**Prof. Dr.
Daniel Baier**
(LS für Marketing & Innovation)



**Prof. Dr. Claas
Christian Germelmann**
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



**Prof. Dr.
Tim Ströbel**
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



**Prof. Dr.
Herbert Woratschek**
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



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



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



**PD Dr.
Alexandra Rese**
(LS für Marketing & Innovation)



Dr. Julia Fehrer
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement &
The University of Auckland, Neuseeland)



Matthias Anderski
Master of Science
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Carmen Back
Sekretariat
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Benedikt Brand
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Larissa Diekmann
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Marius Fortagne
Master of Science
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



Jonas Föhr
Master of Arts
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Lars Griebel
Master of Science
(Professur für Marketing &
Sportmanagement)



Jannike Harnischmacher
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Jessica Kiesswetter
Sekretariat
(LS für Marketing & Innovation)



Cristopher Kopplin
Master of Science
(LS für Marketing & Innovation)



Franziska Kullak
Master of Science
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Lisa-Marie Merkl
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Khanh Nguyen
Master of Science
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)



Anja Petersen
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Jan Schönberner
M.Sc. SpOec
(LS für Marketing &
Dienstleistungsmanagement)



Regina Vogler
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Doris Tavernier
Sekretariat
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Andreas Winter
Master of Science
(LS für Marketing &
Konsumentenverhalten)



Sandra Ziewiecki
(LS für Allgemeine Betriebswirtschaft)

Gastprofessoren im Arbeitsbereich MuSe



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



Jonathan Baker
(University of Auckland,
New Zealand)



Dip Biswas
(University of South Florida, USA)



Rod Brodie
(University of Auckland,
New Zealand)



Bettina Cornwell
(Lundquist College of Business,
University of Oregon, USA)



Geoff Dickson
(La Trobe University Melbourne,
Australia)



Peter Darke
(York University, Canada)



Anna Gerke
(Audencia Business School, Nantes)



Jürgen Gnoth
(University of Otago, New Zealand)



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



Elina Jaakkola
(University of Turku, Finland)



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



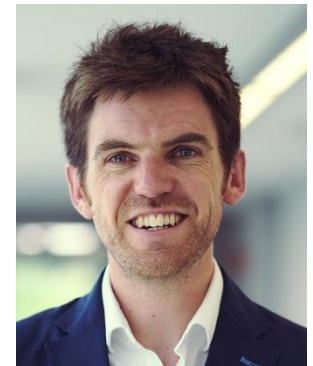
Constantine Katsikeas
(University of Leeds, UK)



Dongfeng Liu
(Shanghai University of Sport, Shanghai)



Atsuho Nakayama
(Tokyo Metropolitan University)



Fergus Neville
(University of St Andrews, UK)



Norm O'Reilly
(Ohio University, USA)



Risto Rasku
(Sport Business School, Finland)



Dave Ridpath
(Ohio University, USA)



Harold Riemer
(University of Regina, Canada)



Emilia Smolak Lozano
(University of Malaga, Spain)



James Santomier
(Sacred Heart University, USA)



Lorn Sheehan
(University of Halifax, Canada)



Marijke Taks
(University of Ottawa, Canada)



Stephen L. Vargo
(University of Hawaii, USA)



Björn Walliser
(Université de Lorraine, Nancy, France)



Hans Westerbeek
(University Melbourne, Australia)



Bradley Wilson
(Universidad de los Andes, Colombia)



Andrea Geurin
(Loughborough University London, UK)

facebook

E-Mail-Adresse oder Handynummer Passwort Anmelden
[Passwort vergessen?](#)



Marketing und Services - MuSe
Uni Bayreuth
[@marketing.und.services](#)

Startseite

- Beiträge
- Videos
- Fotos
- Info
- Community
- Veranstaltungen

Seite erstellen



👍 Gefällt mir
🔗 Teilen
⋮

Nachricht senden

Beiträge



Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth

2. September · 🌐

Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an tanja.heinlein@uni-bayreuth.de.
 #MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing

Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth

Hochschule und Universität in Bayreuth

Der Arbeitsbereich MuSe

Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...

[Mehr anzeigen](#)

Community [Alle ansehen](#)

👍 533 Personen gefällt das

MARKETING UND 2018 SERVICES



Tätigkeitsbericht des Arbeitsbereichs Marketing und Services 2018

Lehrstuhl für Marketing
& Innovation
Prof. Dr. Daniel Baier

Lehrstuhl für Marketing
& Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Claas Christian Gemelmann

Lehrstuhl für Marketing
& Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Herbert Woratschek



DIGITAL
LEADERSHIP
ACADEMY

Das masterbegleitende Programm
für Deine Zukunft als Digital Leader!



DIGITALISIERUNG & FÜHRUNG

Erlerne **Soft- und Hardskills** in den Bereichen **Digitalisierung** und **Führung** während mehrerer Präsenzphasen, die überwiegend in Augsburg und Bayreuth stattfinden.



PRAXIS & MENTORING

Sammele wertvolle Erfahrungen im Praktikum bei unseren **Praxispartnern** und vernetze Dich mit **Führungskräften** namhafter Unternehmen sowie anderen **High Potentials** in Deinem Jahrgang.



WISSENSCHAFT

Forsche im Team an innovativen und praxisnahen Digitalisierungsthemen mit dem Ziel der Publikation eines wissenschaftlichen Artikels und vernetze Dich mit Wissenschaftlern.

WERDE JETZT
TEIL DES 2. JAHRGANGS!



Info-Events: 19.04. & 21.04.2021



Bewerbungsfrist: 05.05.2021

www.DigitalLeadershipAcademy.de

PRAXISPARTNER (des 1. Jahrgangs)



WISSENSCHAFTSPARTNER



1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. **Betriebswirtschaftslehre**
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2021/2022
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	<p style="text-align: center;">Marketing</p> <p style="text-align: center;">V 3-3 Hauptseminar in Marketing</p> <hr/> <p style="text-align: center;">V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing</p> <hr/> <p style="text-align: center;">V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing</p>	<p style="text-align: center;">Dienstleistungs- management</p> <p style="text-align: center;">V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement</p> <hr/> <p style="text-align: center;">V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement</p> <hr/> <p style="text-align: center;">V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation</p>	<p style="text-align: center;">MuSe Ergänzungs- modulbereich</p> <p style="text-align: center;">max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement •Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p>
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	<p style="text-align: center;">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</p> <p style="text-align: center;">Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence</p>		

Empfehlungen

Neue Struktur



<p>Mastermodul (30 LP)</p>	<p>Schriftliche Masterarbeit</p>		
<p>Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich</p>	<p>Marketing</p> <p>V 3-3 Hauptseminar in Marketing</p> <p>V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing</p> <p>V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing</p>	<p>Dienstleistungsmanagement</p> <p>V 8-3 Hauptseminar in Dienstleistungsmanagement</p> <p>V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement</p> <p>V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation</p>	<p>MuSe Ergänzungsmodulbereich</p> <p>max. 24 LP aus z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement •Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <p>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</p>
<p>Basismodulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)</p>	<p>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</p> <p>Basismodul B2 – Betriebswirtschaftslehre Marketing Intelligence</p>		

Empfehlungen

Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit													
Modulbereich „kleine“ Vertiefung (18 + 18 LP) + max. 24 LP aus MuSe Ergänzungs- modulbereich	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="323 287 1317 379" style="text-align: center;"> Große Vertiefung Marketing & Services </td> <td data-bbox="1328 287 2026 379" style="text-align: center;"> MuSe Ergänzungs- modulbereich </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="323 386 1317 479" style="text-align: center;"> V 3-3 <u>oder</u> V 8-3 Hauptseminar Marketing & Services </td> <td data-bbox="1328 386 2026 1096" rowspan="5" style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement •Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="323 486 783 736"> V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing </td> <td data-bbox="793 486 1317 736"> V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td data-bbox="323 743 783 961"> V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing </td> <td data-bbox="793 743 1317 961"> V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="323 968 1317 1096" style="text-align: center;"> Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u>) </td> </tr> </table>		Große Vertiefung Marketing & Services		MuSe Ergänzungs- modulbereich	V 3-3 <u>oder</u> V 8-3 Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement •Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small>	V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing	V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement	V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing	V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation	Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u>)	
Große Vertiefung Marketing & Services		MuSe Ergänzungs- modulbereich												
V 3-3 <u>oder</u> V 8-3 Hauptseminar Marketing & Services		max. 24 LP aus z.B.: <ul style="list-style-type: none"> •Marketing: V 3-1a oder b; V 3-2a oder b* •Dienstleistungsmanagement: V 8-1a oder b V 8-2a oder b* •Management von digitalen Medien •Marketing-Management bei Sportmedien •Veranstaltungs- und Projektmanagement •Ausgewählte Fragen des Marketing •Ausgewählte Fragen zum Dienstleistungsmanagement •Hauptseminar Medienmanagement •Wertorientiertes Prozessmanagement •Mehrere B1-6 Forschungsprojekte <small>* Je derjenige Kurs, der nicht bereits in der Vertiefung eingebracht wird</small>												
V 3-1 Marketing: V 3-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> V 3-1b Corporate Communication, Media and Marketing	V 8-1 Dienstleistungsmanagement: V 8-1a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> V 8-1 b Qualität im Dienstleistungsmanagement													
V 3-2 Marketing: V 3-2a Innovationsmarketing <u>oder</u> V 3-2b Dialogmarketing	V 8-2 Dienstleistungsmanagement: V 8-2a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> V 8-2b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation													
Wahlpflichtveranstaltung Marketing & Services (Auswahl einer der nicht gewählten obigen <u>Vorlesungen</u> und <u>Hauptseminare</u>)														
Basis- modulbereich (B1: 12 LP, B2: 18 LP)	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 2021/2022
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten



Mastermodul (30 LP)	Schriftliche Masterarbeit									
Ergänzungs- modulbereich 15 LP	Ergänzungsmodulbereich D D-1 / D-2: Veranstaltungen aus dem Fächerkanon der BWL/Sportmanagement									
Vertiefungs- modul BWL B-1 24 LP + 6 LP	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 50%; color: green;">Marketing</td> <td style="width: 50%; color: green;">Dienstleistungsmanagement</td> </tr> <tr> <td colspan="2">B 1-5 Hauptseminar Marketing & Services</td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> B 1-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> B 1-1b Corporate Communication, Media and Marketing </td> <td style="vertical-align: top;"> B 1-2a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> B 1-2b Qualität im Dienstleistungsmanagement </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> B 1-3a Innovationsmarketing <u>oder</u> B 1-3b Dialogmarketing </td> <td style="vertical-align: top;"> B 1-4a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> B 1-4b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation </td> </tr> </table>		Marketing	Dienstleistungsmanagement	B 1-5 Hauptseminar Marketing & Services		B 1-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> B 1-1b Corporate Communication, Media and Marketing	B 1-2a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> B 1-2b Qualität im Dienstleistungsmanagement	B 1-3a Innovationsmarketing <u>oder</u> B 1-3b Dialogmarketing	B 1-4a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> B 1-4b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation
Marketing	Dienstleistungsmanagement									
B 1-5 Hauptseminar Marketing & Services										
B 1-1a Konsumentenverhalten <u>oder</u> B 1-1b Corporate Communication, Media and Marketing	B 1-2a Wert im Dienstleistungsmanagement <u>oder</u> B 1-2b Qualität im Dienstleistungsmanagement									
B 1-3a Innovationsmarketing <u>oder</u> B 1-3b Dialogmarketing	B 1-4a Traditionelle Ansätze und neue Perspektiven im Markenmanagement <u>oder</u> B 1-4b Aktuelle Aspekte der digitalen Transformation									
Eingangs- modulbereich (25 LP)	Eingangsmodulbereich 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 2021/2022
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 bzw. Professuren für:
 - **Marketing & Innovation** (Prof. Dr. Daniel Baier)
 - **Marketing & Konsumentenverhalten** (Prof. Dr. Claas Christian Germelmann)
 - **Marketing & Dienstleistungsmanagement** (Prof. Dr. Herbert Woratschek)
 - **Marketing & Sportmanagement** (Prof. Dr. Tim Ströbel)
- 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 Arbeitsbereich „Marketing und Services (MuSe)“: Des **Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre** (Prof. Dr. Bettina Lis) und des **Lehrstuhls 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 & Konsumentenverhalten, Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement, Lehrstuhl für Marketing & Innovation 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 für Marketing & Dienstleistungsmanagement (für Sportökonomie) zu beantragen.



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ZERTIFIKAT

Marketing und Services (MuSe)

im

Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre (M. Sc.)

Frau Exemplar Muster, geboren am 1.1.2000 in Mittelpunkt, 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 Exemplar 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:

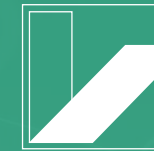
- Wertbasierte Strategieentwicklung und Innovationen
- Konsumentenverhalten und Service-Profit Chain
- Empirische Marketingforschung, insbesondere in den Bereichen Sport, Medien, Handel, Gesundheit und Kultur
- Forschung-Praxis-Transfer im Marketing-, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement

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



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Prof. Dr. T. Eymann

Prof. Dr. M. Röglinger

Du möchtest Experte für
Digitalisierung werden?

Informiere dich über das

**Zertifikat
Digitale Wirtschaft**

und lasse dir deine Qualifikation
bescheinigen!

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



1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. **Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2021/2022**
6. Master ... und danach?
7. Kontaktmöglichkeiten

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Claas Christian Germelmann

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Marketing B: Unternehmenskommunikation und Medien im Marketing (Corporate Communication, Media and Marketing) (auf Englisch) Vorlesung (Hybrid): Germelmann Übung (Online): Föhr	V 3-2	B-1-2
Hauptseminar im Marketing (Digital Life) Germelmann / Föhr → <i>Keine Anmeldung mehr möglich.</i>	V 3-3	B-1-5
Projektseminar: Methoden der Datenerhebung und multivariaten Datenanalyse (Nudging im Lebensmittelkontext) Merkl / Germelmann → <i>Keine Anmeldung mehr möglich (2-semesterig; Start war im SoSe 21).</i>	B1-1 (BWL III)	D-2 / E-2 nach Absprache
Betriebswirtschaftliches Forschungsprojekt (Sportmarketing) Germelmann / Merkl / Harnischmacher → <i>Application Deadline: Sunday, 7th of November 2021 (Including a short letter of motivation and CV; Contact: Lisa-Marie.Merkl@uni-bayreuth.de).</i> → <i>For more detailed information please watch out for upcoming announcements.</i>	B 1-6	D-2 (B 1-6)

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Grundlagen des Medienmanagements (Hybrid) Germelmann / Föhr → Anrechnung für MeKuWi: A-4.2 → <i>Nach Maßgabe freier Kapazitäten ist eine Teilnahme auch für BWLer & Spökos möglich. Bitte wenden Sie sich hierzu per E-Mail an Herrn Föhr.</i></p>	Auf Anfrage	Auf Anfrage
<p>Co-Creative Colloquium (Online) Germelmann / Merkl</p>	fakultativ	fakultativ
<p>Proseminar: Techniken des wiss. Arbeitens (Online) Vogler / Diekmann</p>	fakultativ	fakultativ

Sponsorship-linked Marketing

- What?
Online course offered by VHB (Virtuelle Hochschule Bayern); collaboration between University of Bayreuth and Technische Universität München
- Registration: Until **31.01.2022**
- 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>



Intense block seminar in cooperation with the Kelley School of Business from Indiana University (USA)

- **Target group:**
 - Master students of *Sport, Business and Law & Business Administration*
- **Dates:**
 - Monday, 28th of February 2022 until Saturday, 5th of March 2022
- **Grading & Crediting:**
 - Participation during the seminar and final presentation of the case study
 - Successful participation will be graded with **6 ECTS** (full participation from 28th of February 2022 until Saturday, 5th of March 2022 is required)
- **Information session:**
 - (t.b.a. – End of October)
- **Application deadline:**
 - Sunday, 7th of November 2021
 - Including a short letter of motivation and CV
 - Contact: Lisa-Marie.Merkl@uni-bayreuth.de



**For more detailed information
please watch out for upcoming announcements!**

- Für alle Studierenden der Vertiefung offen
- Zur Vorbereitung auf wissenschaftliche Arbeiten (Seminar, Bachelor, Master, WiWiZ)
- Themen:
 1. Bewertungskriterien
 2. Forschungsfrage
 3. Gliederung
 4. Formale Struktur von wissenschaftlichen Arbeiten
 5. Inhaltliche Aspekte von wissenschaftlichen Arbeiten
 6. Literaturgewinnung und Zitiertechnik
 7. Häufige Fehler – und wie man sie vermeiden kann
- **Anmeldung:** Nicht notwendig
- Termine: 2x pro Semester als Blockveranstaltung (derzeit als Online-Veranstaltung geplant)
 - 1. Termin: voraussichtlich Ende Oktober/Anfang November 2021
 - 2. Termin: voraussichtlich Ende Februar/Anfang März 2022
- Informationen finden Sie zu gegebener Zeit auf den Homepages der MuSe-Lehrstühle (**bitte für den MuSe-Newsletter oder die Newsletter der einzelnen MuSe-Lehrstühle anmelden!**).

Lehrstuhl für Marketing & Dienstleistungsmanagement

Prof. Dr. Herbert Woratschek

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung in Campus-Online für Übungs- gruppen bis 03.11.2021	Qualität im Dienstleistungsmanagement VL: Woratschek Ü: Schönberner, Kullak, in 4 Gruppen nach Ankündigung (siehe Aushang für detaillierte Informationen)	V-8-2 (DLM B)	B-1-2a (DLM B)
Siehe gesonderte Aushänge mit zusätzlichen Informationen	Hauptseminar im DLM: Angewandtes Dienstleistungsmanagement im Tourismus S: von Lingen, Woratschek, Schönberner <u>Läuft bereits</u>	V-8-3	B-1-5
	Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X

	Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Anmeldung vom 18.10. bis 19.10.2021 über CampusOnline.	Schlüsselqualifikation Business Etikette (2 ECTS) V: Thammer, Präsenz-Blockveranstaltung, 29./30.11. & 02.12., 9-17 Uhr	Ergänz.	D
	DLM/SMV: Strategy in a Dynamic World V: Baker, Präsenz-Blockveranstaltung, Januar 2022	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Risk Management V: Ridpath, online Blockveranstaltung, laufend von 29.11. bis 17.12.2021	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Beschwerdemanagement V: Macht, Präsenz-Blockveranstaltung, 17.11. & 10.12.2021, 9-17 Uhr	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Wirtschaftspsychologie und Sportsponsoring V: Ellert, online Blockveranstaltung, 28. & 29.10.2021, 9-18 Uhr	Ergänz.	A-1-5 / D
	DLM/SMV: Value Co-Creation in Sport Management – A new Logic in a Changing Society (“MOOC”), auf Nachfrage	Ergänz.	A-1-5 / D

Für die exakten Termine der Spezialisierungsveranstaltungen konsultieren Sie bitte die Semesterinfo unter <https://www.dlm.uni-bayreuth.de/de/lehre/index.html> und/oder Campus Online.

Lehrstuhl für Marketing & Innovation

Prof. Dr. Daniel Baier

Ankündigung Live-Webinar mit der Google Zukunftswerkstatt

Am kommenden Mittwoch (**27.10.2021**) findet von **15:00 bis 17:15 Uhr** ein Live-Webinar mit der Google Zukunftswerkstatt online über Google Meet statt.

Dabei werden zwei thematische Blöcke vorgestellt, die durch eine Kurzpause (15 min) getrennt sind:

- 15:00 – 16:00 Uhr: Vortrag zu „Google My Business“
- 16:15 – 17:15 Uhr: Vortrag zu „Google Analytics“

Das Webinar wird über die Videokonferenz-Plattform „Google Meet“ stattfinden. Die Teilnahme (begrenzt auf 200 Studierende) erfolgt über folgenden Zugangslink:

meet.google.com/jeb-xabj-jht

Bei Rückfragen melden Sie sich gerne bei Herrn Benedikt Brand (benedikt.brand@uni-bayreuth.de)



Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Innovationsmarketing (Baier, Kopplin) (digital, VL und Ü als Videos im elearning; Live-Termine zu den Übungen) VL: ab dem 19.10. wöchentlich bereitgestellt (Panopto) bis 08.02. Live-Ü: 28.10., 11.11., 25.11., 09.12., 23.12., 20.01. (14-16 Uhr)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen: Bedeutung und Risiken von Innovationen, Innovationsarten (Produkt-, Prozess-, Markt-, Technik-, inkrementelle, radikale Innovationen), Phasenmodelle („moderne“ Phasenmodelle, Stage-Gate-Prozess), agile Produktentwicklung, Erfolgsfaktoren für Produktinnovationen (Erfolgsfaktorenforschung, Prognosemodelle) ▪ Vom Innovationsbedarf zum Konzept: Ideenfindung (u.a. Brainstorming, SIL, Synektik, Morphologischer Kasten, progressive Abstraktion), Ideenbewertung (u.a. Checklisten, Scoring-Modelle, Risikoanalyse, finanzmathematische Methoden), Konzeptgestaltung (u.a. Fokusgruppen, Conjointanalyse) ▪ Vom Konzept zur Markteinführung: Testmarktforschung (u.a. monadische und komparative Testmarktsimulation), Preisfindung (Expertengespräche, direkte, indirekte Kundenbefragung, Preisexperimente), Adoption und Diffusion (Rogers, Bass) ▪ Zur Verbindung von Produkt- und Prozessinnovation: Qualitätsgestaltung (Quality Function Deployment), Target Costing ▪ Strategische Aspekte: Branchenentwicklungsmodell, Technologie-Portfolios, „Closed“ vs. „Open“ Innovation 	als V 8-1b (DLM A) anrechenbar	als B-1-3 (DLM A) anrechenbar

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Marketing Intelligence (Baier, Kopplin) (digital, VL und Ü als Videos im elearning; Live-Termine zu den Übungen) VL: ab dem 21.10. wöchentlich bereitgestellt (Panopto) bis 10.2. Ausnahme: Gastvortrag von Celonis, Live, Ankündigung folgt Live-Ü: 29.10., 05.11., 19.11., 03.12., 17.12., 14.01., 28.01. (10-12 Uhr)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung ▪ Informationsbedarf und Datenquellen ▪ Datengewinnung: <i>Reliabilität und Validität von Messungen, Stichprobenplanung, Befragung, Beobachtung, Experiment, Panelforschung</i> ▪ Datenauswertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Regressionsanalyse, Clusteranalyse, Faktorenanalyse, Diskriminanzanalyse,</i> ▪ <i>Data Mining (Entscheidungsbäume, Random Forest, Neuronale Netze, Association Rules),</i> ▪ <i>Web Mining, Text Mining, Image Mining</i> ▪ Parallel: Einführung in R und Python, Erprobung der Methoden ▪ Literatur: Böhler, Germelmann, Baier, Woratschek (2021) Marktforschung, Kohlhammer Verlag 	als B 2-9 anrechenbar	als D-3 anrechenbar

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Textilinnovation)“ (Baier, Kopplin) (per Zoom) (in Kooperation mit der ADIDAS AG)</p> <p>In diesem Forschungsprojekt geht es ähnlich wie im letzten Wintersemester um die Entwicklung und Marktdurchsetzung nachhaltiger Textilien und Sportbekleidung (z.B. vegane Sneakers oder Parley von ADIDAS). Dieses Mal legen wir aber den Schwerpunkt auf Textilinnovationen auf Basis synthetischer Biopolymere, also T-Shirts und Sneaker, die zum großen Teil aus Materialien bestehen, die aus nachwachsenden Rohstoffen synthetisiert hergestellt werden und so den Erdölverbrauch reduzieren.</p> <p>Das Forschungsprojekt wird idealerweise in Gruppen zu 3 bis 4 Studierenden bearbeitet, die Themen können mehrfach vergeben werden. Eine Anmeldung via Campus Online wird durch uns um 9:00 Uhr am 18.10.2021 freigeschaltet. Der Kickoff findet digital am 22.10. 10:15 Uhr statt (In Campus Online Angemeldete erhalten den Link).</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R“ (Baier, Karasenko) (in diesem Semester per Zoom) (unter Nutzung von Aufgabenstellungen aus Kaggle und der Industrie)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführung in R und die R-Schnittstellen zu Python (Tensorflow, Keras)</i> ▪ <i>Kurze Einführung zur Anwendung ausgewählter multivariater Verfahren (u.a. Diskriminanzanalyse) und Data-Mining-Verfahren (u.a. Entscheidungsbäume, Neuronale Netze, Text Mining, Deep Learning)</i> ▪ <i>Eigenständige Anwendung dieser Verfahren zur Lösung eines Data-Mining-Problems im Marketing oder anderen Anwendungsgebieten</i> <p>Eine Anmeldung über Campus Online wird durch uns um 9:00 Uhr am 18.10.2021 freigeschaltet. Der Kickoff findet digital am 22.10.2021 08:15 Uhr statt (In Campus Online Angemeldete erhalten den Link).</p> <p>An ausgewählten Tagen findet jeweils freitags 08:15-09:45 Uhr eine Zoom-Konferenz statt. Die Angemeldeten erhalten per Mail eine Einladung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Einführende Vorlesung/Rechnerübung am 22.10., 29.10., 05.11.2021.</i> ▪ <i>Zwischenpräsentationen am 26.11.2021 und am 07.01.2022,</i> ▪ <i>Digitale Endabgabe spätestens am 28.02.2022.</i> <p><i>6 ECTS. Das Forschungsprojekt wird idealerweise in Gruppen zu 3 bis 4 Studierenden bearbeitet.</i></p>	<p>als B 1-6 anrechenbar</p>	<p>als D-3 anrechenbar</p>

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Hauptseminar Innovations- und Dialogmarketing (Rese) Läuft bereits / Anmeldung nicht mehr möglich	als V 3-3/ V 8-3 anrechenbar	als B 1-6/ B 1-7 anrechenbar
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X

Professur für Marketing & Sportmanagement

Prof. Dr. Tim Ströbel

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
Digitalisierung von professionellen Sportorganisationen HS: Anderski & Ströbel - <u>läuft bereits</u>	V 8-3	B 1-5
Aktuelle Aspekte der Digitalen Transformation VL: Ströbel	V 8-2b	B 1-4b
Forschungsseminar für Abschlussarbeiten Blocktermine nach Ankündigung	X	X
DLM/SMV: Sportsponsoring S: Santomier, Online Kurs, Blockveranstaltung im Zeitraum 22.11.-26.11., Details werden gesondert bekannt gegeben	Ergänz.	A1-5/ D-1

Anmeldung
vom 18.10.
bis 19.10.
über cmlife

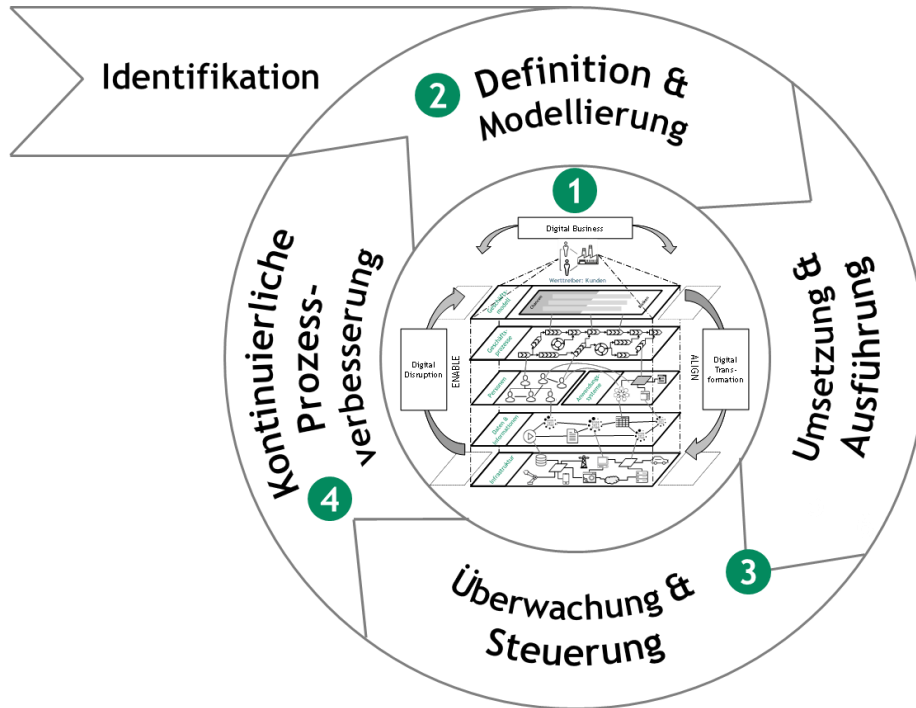
Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Bettina Lis

Veranstaltung	BWL Master	Sportökonomie Master
<p>Hauptseminar Allgemeine Betriebswirtschaftslehre „Digitalisierungstrends in der Pandemie –transformierte Geschäftsmodelle und Marketingstrategien“</p> <p>Läuft bereits / Nächste Anmelde­möglichkeit vss. im Februar</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 für Wirtschaftsinformatik und Wertorientiertes Prozessmanagement

Prof. Dr. Maximilian Röglinger



Modus:	Regulär im WiSe
Einbringbarkeit:	M.Sc. Betriebswirtschaftslehre (kleine Vertiefung WI, große Vertiefung TOP, Ergänzungsmodulbereich); M.Sc. Wirtschaftsingenieurwesen
Leistungspunkte:	6 LP
Prüfungstermin:	tbd
Teilnehmerzahl:	unbegrenzt
Anmeldung:	Campus Online
Kontakt:	maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de
Weitere Infos:	http://www.wi.uni-bayreuth.de
Starttermin:	Wintersemester 2021/22

1 Grundlagen des Prozessmanagements

3 Prozessindustrialisierung und -digitalisierung

2 Prozessmodellierung und -identifikation

4 Prozessverbesserung

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2021/2022
6. **Master ... und danach?**
7. Kontaktmöglichkeiten

- Promotion an der RW-Fakultät der Universität Bayreuth:

1. Als wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn
2. Externe Promotion, oftmals durch Stipendien finanziert

- Die Arbeit als Wissenschaftliche(r) MitarbeiterIn:

- 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



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

1. Vorstellung MuSe-Akteure
2. Betriebswirtschaftslehre
3. Sportökonomie
4. MuSe-Besonderheiten
5. Lehrveranstaltungen im Wintersemester 2021/2022
6. Master ... und danach?
7. **Kontaktmöglichkeiten**

Folgen Sie uns auf Facebook!



facebook

E-Mail-Adresse oder Handynummer Passwort **Anmelden**

Passwort vergessen?

MuSe
UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth
@marketing.und.services

Startseite
Beiträge
Videos
Fotos
Info
Community
Veranstaltungen
Seite erstellen

facebook.com/marketing.und.services

Gefällt mir Teilen ... Nachricht senden

Beiträge

Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth
2. September · 🌐

Passend zum neuen Semester geht die #MuSe Job Rotation wieder los – diesmal mit einem Schmankerl der Uni Bayreuth: Die Stabsabteilung Presse, Marketing und Kommunikation (PMK) sucht zur Unterstützung im Bereich Marketing Communications ab dem 01. November 2020 eine Studentische Hilfskraft (m/w/d). Du interessierst dich für Social Media und hast Freude am Texten für diverse Kommunikationskanäle? Die Betreuung von Webseiten und die Begleitung von Veranstaltungen mit Foto- und Videoaufnahmen macht dir Spaß und du hast 25 Stunden im Monat Zeit? Dann bewirb dich jetzt und sende deine Bewerbung an tanja.heinlein@uni-bayreuth.de.
#MuSe #UBT #UniBayreuth #Marketing

Marketing und Services - MuSe Uni Bayreuth
Hochschule und Universität in Bayreuth

Der Arbeitsbereich MuSe
Die alten Griechen glaubten daran, dass die Ideenfindung nicht durch individuelle Anstrengung geschi...
[Mehr anzeigen](#)

Community [Alle ansehen](#)
👍 533 Personen gefällt das

- **BWL III: Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten** – 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
- **BWL VIII: Lehrstuhl für Marketing & 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
- **BWL XIII: Lehrstuhl für 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
- **BWL XIV: Lehrstuhl für Marketing & Innovation** – 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
- **BWL MAS: Professur für Marketing & Sportmanagement** – Prof. Dr. Tim Ströbel
Universitätsstr. 30, Gebäude Sportinstitut, Raum 1.35, 95447 Bayreuth
Telefon +49 (0) 921 – 55-3497, Fax +49 (0) 921 – 55-3496
Internet: www.mas.uni-bayreuth.de, E-Mail: mas@uni-bayreuth.de
- **BWL XVII: 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.wi.uni-bayreuth.de, E-Mail: maximilian.roeglinger@uni-bayreuth.de

- *Ansprechpartner für die Durchführung der MuSe-Informationsveranstaltung ist Herr Prof. Dr. Daniel Baier (BWL XIV – bwl14@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!