



**Informationen zur Bewerbung um eine Diplomarbeitsbetreuung  
am  
Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus  
– Abteilung Service Management und Tourismus –**

**SS 2012**

**I. Voraussetzungen für die Bewerbung**

- SBWL Dienstleistungsmanagement/Tourismus: erfolgreich abgeschlossener Grundlagen- und Vertiefungskurs
- Anfertigung der Diplomarbeit im SS 2012
- Grundkenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens
- Gute Statistikkenntnisse (und am besten Erfahrung mit SPSS)
- Selbständiges/engagiertes Arbeiten

**II. Prozess der Bewerbung**

- Bewerbung vom 24. Februar bis 2. März 2012, 12.00 Uhr
- Benachrichtigung des Erfolgs der Bewerbung am 9. März 2012
- Start der Diplomanden-AG am 15. März bzw. am 20. April 2012

Geben Sie Ihre schriftliche Bewerbung für eine Diplomarbeitsbetreuung im o.g. Zeitraum im Sekretariat des Instituts bei Frau Eller oder Frau Fisher ab (keine E-Mail Bewerbung). Diese sollte beinhalten:

- Anschreiben
- Lebenslauf mit Foto
- Information über den Abschluss des Grundlagen- und des Vertiefungskurses (Notenauszug)
- Bescheinigung Ihres bisherigen Studienerfolgs (Notenauszug)
- Präferenzliste der drei von Ihnen gewünschten zu bearbeitenden Diplomarbeitsthemen (d.h. Sie nennen uns drei Themen mit Themenummern aus der Diplomarbeitsliste des SS 2012 gereiht nach Ihrer Präferenz)

Gehen Sie in Ihrem Anschreiben bitte auf Ihre Motivation zur Erstellung einer Diplomarbeit in unserer Abteilung ein und nennen Sie uns, falls möglich, bereits erste Ideen für die Bearbeitung und potenzielle Kooperationspartner aus Wissenschaft und Praxis, die Sie bei einer empirischen Bearbeitung eines Themas unterstützen könnten.

Diejenigen, deren Bewerbung erfolgreich war, starten am 15. März (LV-Nr. 436211 bei Prof. Habersam, Prof. Mühlbacher) oder am 20. April 2012 (LV-Nr. 436012 bei Prof. Matzler) mit der Diplomanden-AG. Bitte holen Sie eine Kursempfehlung Ihrer Betreuerin/Ihres Betreuers ein, bevor Sie sich zu einem der beiden Kurse anmelden. Die Anmeldung erfolgt mit einem symbolischen Punkt.

### **III. Prozess der Erstellung einer Diplomarbeit**

In der Diplomanden-AG wird das methodische und fachliche Wissen „aufgefrischt“, das Sie für die Erstellung einer Diplomarbeit benötigen. Die Diplomanden-AG dient ferner als Diskussionsforum für unsere Diplomanden, im Rahmen dessen das jeweilige Thema konkretisiert wird und Präsentationen zu *Literatur Review* und *Research Design* erfolgen. Zum Erhalt des Scheines ist es erforderlich, dass Sie an allen Terminen anwesend sind. Bitte informieren Sie sich über e-campus über die weiteren Modalitäten und Themen der einzelnen Sitzungen.

Jede Diplomarbeit bedarf einer persönlichen Anmeldung im Sekretariat des Instituts unter Verwendung des Formulars „Ansuchen um ein Diplomarbeitsthema“ (erhältlich im Prüfungsreferat). Eine Anmeldung kann erst nach der Abstimmung der Gliederung und des Konzepts der Diplomarbeit mit Frau Univ.-Prof. Dr. Nicola Stokburger-Sauer erfolgen. Ab dem Zeitpunkt der Anmeldung stehen dem Diplomanden/der Diplomandin maximal sechs Monate Zeit bis zur Abgabe der Diplomarbeit zur Verfügung.

Liegt die Diplomarbeit schließlich in einer vollständigen ordentlichen Fassung (siehe hierzu auch das Dokument „Richtlinien zur Erstellung einer Diplomarbeit“ des Instituts) vor, so wird sie vom Betreuer bzw. vom Professor gelesen und beurteilt. Die Arbeit muss in dreifacher Ausführung (zwei gebundene Exemplare sowie ein ungebundenes Exemplar) zusammen mit einer CD, auf der sich folgendes befindet, am Institut abgegeben werden:

- Die vollständige Diplomarbeit als doc-Dokument
- Eine ca. 5-seitige Zusammenfassung Ihrer Arbeit (in Englisch)
- Die Rohdaten Ihrer empirischen Untersuchung (SPSS Datei; transkribierte Interviews, etc.)

**IV. Liste der im SS 2012 zu vergebenden Diplomarbeiten (Themen und BetreuerIn)**

1. Der Einfluss von Körpersprache und Sprechweise auf die Wahrnehmung von Vertrauen im Dienstleistungsbereich\* (Alexandra Brunner-Sperdin)
2. Der Einfluss von Farbgestaltung auf das Vertrauen in Websites: Eine experimentelle Analyse im Kontext von Online-Shopping\* (Alexandra Brunner-Sperdin)
3. Brauchen regionale Lebensmittel eine starke Marke? Ein experimenteller Ansatz\* (Ursula Grisseemann und Karin Teichmann)
4. Spill-Over Effekte im Produktmarketing: Sind regionale Lebensmittel immer gesund?\* (Ursula Grisseemann und Karin Teichmann)
5. Digital Identity and Motives of Online Self-Representation: A Quantitative Study\* (Andreas Plank)
6. Corporate Social Responsibility und Produktkennzeichnungen: Eine experimentelle Untersuchung\* (Andreas Plank und Karin Teichmann)
7. Corporate Social Responsibility und Produktkennzeichnungen: Eine qualitative Untersuchung\* (Andreas Plank und Karin Teichmann)
8. Multi-Sensory Marketing in der Tourismusbranche: Eine qualitative Studie\* (Bernd Reitsamer)
9. The Role of Aesthetic and Functional Product Characteristics in Consumption Decisions\* (Benedikt Schnurr)
10. Consumer Response Towards Aesthetic Objects: An Experimental Approach in Aesthetic Consumption Experiences\* (Benedikt Schnurr)

---

**Anmerkungen:**

Die Sprache, in der die Arbeit verfasst wird, ist unabhängig von der Sprache des in der Liste angegebenen Themas und mit dem/der Betreuer/in abzustimmen.

\* Eine empirische Bearbeitung (qualitativ oder quantitativ) bietet sich bei diesen Themen an.