



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

WS 2011/12

I. Voraussetzungen für die Bewerbung

- SBWL Dienstleistungsmanagement/Tourismus: erfolgreich abgeschlossener Grundlagen- und Vertiefungskurs
- Anfertigung der Diplomarbeit im WS 2011/12
- Grundkenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens
- Gute Statistikkenntnisse (und am besten Erfahrung mit SPSS)
- Selbständiges/engagiertes Arbeiten

II. Prozess der Bewerbung

- Bewerbung vom 12. bis 23. September 2011, 12.00 Uhr
- Benachrichtigung des Erfolgs der Bewerbung am 30. September 2011
- Start der Diplomanden-AG am 11. Oktober 2011

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 Diplomarbeits Themen (d.h. Sie nennen uns drei Themen mit Themennummern aus der Diplomarbeitsliste des WS 2011/12 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 bereits am 11. Oktober 2011 mit der Diplomanden-AG. Bitte melden Sie sich hierzu Anfang des Semesters mit einem symbolischen Punkt an.

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. Die Diplomanden-AG findet in der Regel jeweils Dienstagsvormittags von 9.00 bis 11.45 Uhr im SR 16 statt. 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 WS 2011/12 zu vergebenden Diplomarbeiten (Themen und BetreuerIn)

1. Die Rolle von Vertrauen bei der Evaluierung von Websites* (Alexandra Brunner-Sperdin)
2. Trust in Internet Shopping: How Can Web Site Design Build Consumer Trust in E-Tailers?*(Alexandra Brunner-Sperdin)
3. Konsumenten als Designer: Selbsteffizienz und wahrgenommener Produktnutzen* (Ursula Grisseemann)
4. Ethnozentrismus bei Dienstleistungen: Welche Rolle spielt Identifikation?*(Ursula Grisseemann und Karin Teichmann)
5. Digital Natives und Digital Immigrants: Wie unterscheiden sie sich bezüglich der Nutzung von neuen Technologien und Medien?*(Andreas Plank)
6. Negative Effekte von sozialen online Netzwerken: Erzeugen soziale online Netzwerke wie z.B. Facebook und Google+ Stress?*(Andreas Plank)
7. The Effect of Community Embeddedness on Customer Co-Creation* (Andreas Plank, Andreas Strobl und Karin Teichmann)
8. Do Music and Scent Go Together? The Impact of Auditory and Olfactory Stimuli in Servicescapes* (Bernd Reitsamer)
9. Sportscares: Interactive Effects of Environmental Stimuli at Sport Venues* (Bernd Reitsamer)
10. Visual Aesthetics and Consumer Responses: The Case of a Retail Store* (Benedikt Schnurr)
11. Visual Aesthetics as a Marketing Tool* (Benedikt Schnurr)
12. The Role of Taste and Expertise in Consumers' Responses to Visual Product Aesthetics* (Benedikt Schnurr)
13. Dual Versus Mono Branding: The Relevance of Brand Strength and Personality Similarity* (Nicola Stokburger-Sauer)
14. The Effect of Embeddedness on Innovation in SMEs* (Andreas Strobl)
15. The Effect of Embeddedness on Strategy in SMEs* (Andreas Strobl)

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 bietet sich insbesondere bei diesen Themen an.