



Postanschrift:
Universität Bayreuth
95440 Bayreuth

Gebäude: B9, Raum 20
Universitätsstraße 30
95447 Bayreuth

Telefon: 0921 / 55 - 4346
Telefax: 0921 / 55 - 4342

Internet: <http://www.innodialog.uni-bayreuth.de>
E-Mail: alexandra.rese@uni-bayreuth.de

03. Juli 2017

Bachelorseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Wintersemester 2017/2018

Das Bachelorseminar beschäftigt sich mit Social Media sowie neuen Datenformen und dem Verhalten von Konsumenten.

Diese Veranstaltung erfordert die eigenständige Bearbeitung eines spezifischen Themas unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten und auf der Basis der Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens (Leitfaden BWL XIV ist zu beachten, vgl. Homepage). Es ist eine schriftliche Seminararbeit zu erstellen. Die Ergebnisse sind im Plenum zu präsentieren und zu verteidigen.

I. Themenauswahl

Nähere Informationen und Themenerläuterungen werden in der Einführungsveranstaltung bekannt gegeben.

A1	Wie wichtig sind Beziehungsmerkmale in sozialen Netzwerken bei der Produktdiffusion? <u>Basisquelle:</u> Chen, X., van der Lans R. and Phan, T. Q. (2017). Uncovering the Importance of Relationship Characteristics in Social Networks: Implications for Seeding Strategies, <i>Journal of Marketing Research</i> , 54(2), 187-201.
A2	Was ist Customer Engagement in sozialen Medien wert? <u>Basisquelle:</u> Mochon, D., Johnson, K., Schwartz, J., & Ariely, D. (2017). What Are Likes Worth? A Facebook Page Field Experiment, <i>Journal of Marketing Research</i> , 54(2), 06-317.
A3	Wie wirken sich von Firmen generierte Inhalte in Social Media auf das Kundenverhalten aus? <u>Basisquelle:</u> Kumar, A., Bezawada, R., Rishika, R., Janakiraman, R., & Kannan, P. K. (2016). From Social to Sale: The Effects of Firm-Generated Content in Social Media on Customer Behavior. <i>Journal of Marketing</i> , 80(1), 7-25.
A4	Wie wirkt sich gamifizierte Produktinformation auf die Adoption von neuen Produkten aus? <u>Basisquelle:</u> Müller-Stewens, J., Schlager, T., Häubl, G., & Herrmann, A. (2017). Gamified Information Presentation and Consumer Adoption of Product Innovations. <i>Journal of Marketing</i> , 81(2), 8-24.
A5	Welchen Wert haben Social Tags als Informationsquelle? <u>Basisquelle:</u> Nam, H., Joshi, Y. V., & Kannan, P. K. (2017). Harvesting Brand Information from Social Tags. <i>Journal of Marketing</i> . In-Press. https://doi.org/10.1509/jm.16.0044
A6	Welche Rolle spielen Positionsdaten bei der Untersuchung des Kundenverhaltens? <u>Basisquelle:</u> Zhang, X., Li, S., Burke, R. R., & Leykin, A. (2014). An Examination of Social Influence on Shopper Behavior Using Video Tracking Data. <i>Journal of Marketing</i> , 78(5), 24-41.

II. Ablauf

Für den Erhalt des Leistungsnachweises ist die schriftliche Anfertigung und Präsentation einer Seminararbeit und die Teilnahme an allen Terminen (Einführung + Verteidigung) erforderlich. Die Themen werden jeweils bis zu zweimal als Individualarbeit vergeben, die Präsentation erfolgt im Wintersemester gemeinsam im Team. Relevante Termine sind (Änderungen vorbehalten):

- Anmeldung zum Bachelorseminar zwischen dem 10.07. und 14.07. per email an alexandra.rese@uni-bayreuth.de. Es gilt das First-Come First-Served-Prinzip.
- Einführungsveranstaltung und Themenvergabe (Pflichttermin): Freitag, den 21.07.2017, 08:15-09:45 Uhr, B9, R24.3
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Seminararbeiten: Freitag, den 17.11.2017 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Freitag, den 24.11.2017 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): am 01.12.2017 und 02.12.2017 (8:00-18:00 Uhr)

III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (**max. Teilnehmeranzahl: 20**) in CampusOnline (10.07.-14.07.2017).
- Die Themenzuordnung erfolgt per E-Mail an Dr. Alexandra Rese (alexandra.rese@uni-bayreuth.de) unter Angabe von drei Prio-Themen von Interesse (Bezug: Bachelorseminar und Themenummerierung) bis 14.07.2017 (End of Day).

IV. Hinweise

Ziel der Seminararbeit ist die Beantwortung eines Themas durch:

1. Erarbeiten einer geeigneten Forschungsfrage
2. Lesen, Verstehen, Zusammenfassen von wiss. Quellen passend zum Thema:
 - a. Recherche in sehr guten Zeitschriften (u.a. VHB Jourqual 3)
 - b. Tabellarische Zusammenfassung der Studien aus guten Zeitschriften
 - c. Lesen, Verstehen, Erläutern und Diskussion der drei Top-Quellen (methodisch, inhaltlich beschreiben, begründen warum diese die „Besten“ sind)
3. Ergänzung des Themas um aktuelle Studien und Beispiele
4. „Beantwortung“ der Forschungsfrage vor dem Hintergrund von 1. bis 3.

Weitere Hinweise und Details werden in der Einführungsveranstaltung geklärt.

Die Betreuung der Themen erfolgt durch Frau Dr. Alexandra Rese.