



Postanschrift:
Universität Bayreuth
95440 Bayreuth

Gebäude: B9, Raum 20
Universitätsstraße 30
95447 Bayreuth

Telefon: 0921 / 55 - 4340
Telefax: 0921 / 55 - 4342

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

15. Januar 2024

Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Sommersemester 2024

Das Hauptseminar beschäftigt sich mit nachhaltigem/digitalem Innovationsmanagement sowie 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.

Themenblock: Nachhaltiges / digitales Innovationsmanagement	
1	Kann AI das Innovationsverhalten unterstützen? <u>Basisquelle:</u> Yin, M., Jiang, S., & Niu, X. (2024). Can AI really help? The double-edged sword effect of AI assistant on employees' innovation behavior. <i>Computers in Human Behavior</i> , 150, 107987. Kong, H., Yin, Z., Chon, K., Yuan, Y., & Yu, J. (2023). How does artificial intelligence (AI) enhance hospitality employee innovation? The roles of exploration, AI trust, and proactive personality. <i>Journal of Hospitality Marketing & Management</i> , 1-27.
2	Wie verändert ChatGPT die Wissensarbeit? <u>Basisquelle:</u> Ritala, P., Ruokonen, M., & Ramaul, L. (2023). Transforming boundaries: how does ChatGPT change knowledge work?. <i>Journal of Business Strategy</i> , (ahead-of-print).
3	Wie beeinflusst AI die Neuproduktentwicklung? <u>Basisquelle:</u> Ali, O., Murray, P., Momin, M., & Al-Anzi, F. S. (2023). The knowledge and innovation challenges of ChatGPT: A scoping review. <i>Technology in Society</i> , 102402. Cooper, R. G. (2023). The Artificial Intelligence Revolution in New-Product Development. <i>IEEE Engineering Management Review</i> .
Themenblock: Verhalten von und Wirkungen auf Konsumenten	
4	Was versteht man unter „woke washing“ und wie wirkt sich dieses aus? <u>Basisquelle:</u> Ahmad, F., Guzmán, F., & Al-Emran, M. (2024). Brand activism and the consequence of woke washing. <i>Journal of Business Research</i> , 170, 114362.
5	Wie wirkt sich das Fehlverhalten von Kunden in der Sharing Economy aus? <u>Basisquelle:</u> Rossmannek, O., David, N. A., Schramm-Klein, H., & Van der Borgh, M. (2024). Customer misbehavior and service providers' risk perception in the sharing economy. <i>Journal of Business Research</i> , 170, 114340.
6	Wie schneiden virtuelle Influencer im Vergleich zu menschlichen Influencern ab? <u>Basisquelle:</u> Li, H., Lei, Y., Zhou, Q., & Yuan, H. (2023). Can you sense without being human? Comparing virtual and human influencers endorsement effectiveness. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 75, 103456.
7	Welchen Einfluss haben Influencer auf „grünen“ Konsum? <u>Basisquelle:</u> Zhao, X., Zhu, Z., Shan, M., Cao, R., & Chen, H. A. (2024). "Informers" or "entertainers": The effect of social media influencers on consumers' green consumption. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 77, 103647.

8	Wie authentisch sind virtuelle Influencer? <u>Basisquelle:</u> Koles, B., Audrezet, A., Moulard, J. G., Ameen, N., & McKenna, B. (2024). The authentic virtual influencer: Authenticity manifestations in the metaverse. <i>Journal of Business Research</i> , 170, 114325.
9	Was beeinflusst die Nutzungsbereitschaft von Metaverse? <u>Basisquelle:</u> Kumar, A., Shankar, A., & Nayal, P. (2024). Metaverse is not my cup of tea! An investigation into how personality traits shape metaverse usage intentions. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 77, 103639.
10	Welche Metaverse Strategien verfolgen (Mode)Marken? <u>Basisquelle:</u> Park, H., & Lim, R. E. (2023). Fashion and the metaverse: Clarifying the domain and establishing a research agenda. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 74, 103413.

II. Ablauf

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

- Einführungsveranstaltung und Themenvergabe (Pflichttermin): Montag, den 29.01.2024, 08:15-09:45 Uhr, B9, R24.3.
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Hauptseminararbeiten: Montag, den 15.04.2024 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Montag, den 22.04.2024 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): 26.+27.04.2024 (jeweils 8:00-18:00 Uhr, Raum: tbd)

III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (max. Teilnehmeranzahl: 20) in CampusOnline (22.01.-26.01.2024)
- Die Themenzuordnung erfolgt per E-Mail an Frau PD Dr. Alexandra Rese (alexandra.rese@uni-bayreuth.de) unter Angabe von drei Prio-Themen von Interesse (Bezug: Hauptseminar und Themenummerierung) bis 26.01.2024 (End of Day).

IV. Hinweise

Ziel der Seminararbeit ist die Beantwortung einer Forschungsfrage (siehe Thema) 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. Detaillierte Beschreibung der Literatursuche im Review
 - c. Inhaltliches Strukturieren der Literatur und Herausarbeiten von geeigneten Kriterien
 - d. Tabellarische Zusammenfassung der Studien aus guten Zeitschriften
3. Ergänzung des Themas um Beispiele aus der Unternehmenspraxis
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 PD Dr. Alexandra Rese.