

Zweite Bonusaufgabe des Lehrstuhls Innovations- und Dialogmarketing im Wintersemester 2017/2018: „Haptische Modeerfahrungen im digitalen Shopping“ (Kano-Methode)

Auf Wunsch der Studierenden, die an zwei Vorlesungen bzw. zwei Klausuren im Wintersemester 2017/2018 teilnehmen, bieten wir hiermit noch eine zweite Bonusaufgabe mit 6 Bonuspunkten an. Weiterhin können Sie aber nur maximal 6 Bonuspunkte in einer Klausur verbrauchen.

Es geht weiterhin um **Methoden zur Erfassung des Kundenwunschs mittels Befragungen:** hier um die Kano-Methode. Bei der Kano-Methode werden Wichtigkeiten einzelner gestaltbarer Merkmale und Ausprägungen „direkt“ abgefragt (man spricht von einer „Self-Explicated-Methodik“).

Sie bewerten wieder ein Untersuchungsobjekt (diesmal „Haptische Modeerfahrungen im digitalen Shopping“ mittels Kano-Methodik). Am Ende werden sie dann gebeten, zu bewerten, wie interessant sie diese Erhebung empfunden haben. Beachten Sie bitte, **dass ein Validitätscheck integriert ist**, d.h. unsinnige, zufällige und inkonsistente Antworten werden erkannt und nicht berücksichtigt. In den Vorlesungen werden wir die Ergebnisse diskutieren und auch auf die Validität eingehen.

Für die Beteiligung gibt es 6 Bonuspunkte, die sie in den Klausuren des Wintersemesters (inkl. der Nachholtermine) wahlfrei für Innovationsmarketing oder für Marketing Intelligence einsetzen können (alle 6 Bonuspunkte in einer Klausur, maximal können in einer Klausur aber auch nur 6 Bonuspunkte verbraucht werden). **Dazu müssen Sie bei den Umfragen jeweils Ihre Matrikelnummer am Ende angeben und bei der Klausur mitteilen, dass sie die Bonuspunkte in dieser Klausur einsetzen wollen.** Anbei der Link zu der zweiten Umfrage (für die ersten Umfragen siehe den anderen Aushang zu den Bonuspunkten):

https://ubayreuthmarketing.qualtrics.com/jfe/form/SV_9EMDI7U1i2yD2gl

Die Beantwortung der Fragebogen ist bis zum 15. Februar möglich.

Vielen Dank für die Teilnahme!