



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](mailto:alexandra.rese@uni-bayreuth.de)

27. Juni 2016

## Bachelorseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ Im Wintersemester 2016/2017

Das Bachelorseminar beschäftigt sich grünen Produkten sowie gesundheitsbewusstem und umweltbewusstem 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	<b>Was macht ein Produkt „grün“?</b> <i>Basisquelle:</i> Gershoff, A. D.; Frels, J. K. (2015). What Makes it Green? The Role of Centrality of Green Attributes in Evaluations of the Greenness of Products. <i>Journal of Marketing</i> , 79(1), 97-110.
A2	<b>Wie verändern neue grüne Produkte die Einstellung zu einer Marke?</b> <i>Basisquelle:</i> Olsen, M. C.; Slotegraaf, R. J.; Chandukala, S. R. (2014). Green Claims and Message Frames: How Green New Products Change Brand Attitude. <i>Journal of Marketing</i> , 78(5), 119-137.
A3	<b>Beeinflusst ein „grünes“ Label die Kaufentscheidung?</b> <i>Basisquelle:</i> Thøgersen, J.; Jørgensen, A.-K.; Sandager, S. (2012): Consumer Decision Making Regarding a “Green” Everyday Product. <i>Psychology &amp; Marketing</i> , 29(4), 187-197.
A4	<b>Welche Rolle spielt das Umweltbewusstsein bei der Auswahl und Nutzung „grüner“ Produkte?</b> <i>Basisquelle:</i> Lin, Y.-C.; Chang, C.-C. A. (2012): Double Standard: The Role of Environmental Consciousness in Green Product Usage. <i>Journal of Marketing</i> . 76(5), 125-134.
A5	<b>Wie wirkt sich umweltbewusstes Verhalten auf das Einkaufsverhalten aus?</b> <i>Basisquelle:</i> Karmarkar, U. R.; Bollinger, B. (2015). BYOB: How Bringing Your Own Shopping Bags Leads to Treating Yourself and the Environment. <i>Journal of Marketing</i> , 79(4), 1-15.
A6	<b>Wie wirken visuelle (Gesundheits)warnungen auf Produktverpackungen?</b> <i>Basisquelle:</i> Andrews, J. C.; Netemeyer, R. G.; Kees, J.; Burton, S. (2014): How Graphic Visual Health Warnings Affect Young Smokers' Thoughts of Quitting, in: <i>Journal of Marketing Research</i> , 51(2)165-183.
A7	<b>Welche Auswirkungen haben Lebensmittelkennzeichnungen, z.B. auf die Wahl von Produkten?</b> <i>Basisquelle:</i> Nikolova, H. D.; Inman, J. J. (2015). Healthy Choice: The Effect of Simplified Point-of-Sale Nutritional Information on Consumer Food Choice Behavior. <i>Journal of Marketing Research</i> , 52(6), 817-835.
A8	<b>Wie effektiv sind Anti-Alkohol Kampagnen?</b> <i>Basisquelle:</i> Agrawal, N.; Duhachek, A. (2010): Emotional Compatibility and the Effectiveness of Antidrinking Messages: A Defensive Processing Perspective on Shame and Guilt, in: <i>Journal of Marketing Research</i> , 47 (2), 263-273
A9	<b>Welche Effekte hat der Einbezug von Fitnessaspekten in eine Marke?</b> <i>Basisquelle:</i> Koenigstorfer, J.; Baumgartner, H. (2016). The Effect of Fitness Branding on Restrained Eaters' Food Consumption and Postconsumption Physical Activity. <i>Journal of Marketing Research</i> , 53(1), 124-138.

A10	<b>Wie wirkt sich Selbstkontrolle auf das Konsumentenverhalten aus?</b> Basisquelle: Haws, K. L.; Davis, S. W.; Dholakia, U. M. (2016) Control over What? Individual Differences in General Versus Eating and Spending Self-Control. Journal of Public Policy & Marketing 35(1), 37-57.
-----	--

## 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 04.07. und 08.07. per email an alexandra.rese@uni-bayreuth.de. Es gilt das First-Come First-Served-Prinzip.
- Einführungsveranstaltung und Themenvergabe (Pflichttermin): Freitag, den 15.07.2016, 08:15-09:45 Uhr, B9, R24.3
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Seminararbeiten: Freitag, den 18.11.2016 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Freitag, den 25.11.2016 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): am 01.12.2016 und 02.12.2016 (8:00-18:00 Uhr)

## III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (**max. Teilnehmeranzahl: 20**) in CampusOnline (04.07.-08.07.2016).
- 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 08.07.2016 (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.