



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

11. Januar 2016

Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ Im Sommersemester 2016

Das Hauptseminar beschäftigt sich mit Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung und Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen.

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 A: Erfolgsfaktoren der Produktentwicklung	
A1	Wie „neu“ muss ein Produkt aussehen? Basisquelle: Mugge, Ruth and Dahl, Darren W. (2013): Seeking the Ideal Level of Design Newness: Consumer Response to Radical and Incremental Product Design. Journal of Product Innovation Management, 30 (Issue Supplement S1), 34–47.
A2	Welche Rolle spielt die innovative Ästhetik bei der Wahrnehmung von neuen Produkten? Basisquelle: Goode, Miranda R.; Dahl; Darren W.; Moreau C. Page (2013): Innovation Aesthetics: The Relationship between Category Cues, Categorization Certainty, and Newness Perceptions, Journal of Product Innovation Management, 30 (2), 192-208.
A3	Welche Rolle spielt die Art der Präsentation auf die Evaluation und Adoption von neuen Produkten? Basisquelle: Feiereisen, Stephanie, Wong, Veronica and Broderick, Amanda J. (2013): Is a Picture Always Worth a Thousand Words? The Impact of Presentation Formats in Consumers' Early Evaluations of Really New Products (RNPs). Journal of Product Innovation Management, 30 (6), 159-173.
A4	Welche Rolle spielt die einfache Bedienbarkeit bei neuen Produkten? Basisquelle: Burke, Paul F. (2013): Seeking Simplicity in Complexity: The Relative Value of Ease of Use (EOU)-Based Product Differentiation. Journal of Product Innovation Management, 30 (6), 1227-1241.
A5	Welche Rolle spielt der Wunsch, selbst innovativ zu sein, bei der Adoption von innovativen Produkten? Basisquelle: Wood, Stacy and Hoeffler, Steven (2013): Looking Innovative: Exploring the Role of Impression Management in High-Tech Product Adoption and Use. Journal of Product Innovation Management, 30 (6), 1254-1270.

Themenblock Erfolgsfaktoren der Produkteinführung	
B1	Wie entsteht eine faire Preiswahrnehmung? Basisquelle: Bolton, Lisa E; Keh, Hean Tat; Alba, Joseph W. (2010): How Do Price Fairness Perceptions Differ Across Culture? Journal of Marketing Research, 47 (3), 564-576.

B2	<p>Welche Faktoren beeinflussen die Auswahl von neuen Produkten im Konflikt zwischen Leistungsanforderungen und Nachhaltigkeit?</p> <p><u>Basisquelle:</u> Luchs, Michael G., Brower, Jacob, Chitturi, Ravindra (2012): Product Choice and the Importance of Aesthetic Design Given the Emotion-laden Trade-off between Sustainability and Functional Performance, Journal of Product Innovation Management, 29 (6), 903-916.</p>
B3	<p>Wie wirkt sich eine verspätete Markteinführung auf das Vertrauen in die Marke aus?</p> <p><u>Basisquelle:</u> Herm, Steffen (2013): When Things Go Wrong, Don't Rely on Committed Consumers: Effects of Delayed Product Launches on Brand Trust, Journal of Product Innovation Management, 30 (1), 70-81.</p>
B4	<p>Welchen Einfluss hat die Mundpropaganda (word of mouth) auf die Akzeptanz von Technologien?</p> <p><u>Basisquelle:</u> Parry, Mark E.; Kawakami, Tomoko; Kishiya, Kazuhiro (2012): The Effect of Personal and Virtual Word-of-Mouth on Technology Acceptance, Journal of Product Innovation Management, 29 (6), 952-966.</p>
B5	<p>Wie lernen Kunden mit neuen Technologien umzugehen?</p> <p><u>Basisquelle:</u> Ziamou, Paschalina (Lilia); Gould, Stephen; Venkatesh, Alladi (2012): "Am I Getting It or Not?" The Practices Involved in "Trying to Consume" a New Technology, Journal of Product Innovation Management, 29 (2), 216-228.</p>

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): Freitag, den 29.01.2016, 10:15-11:45 Uhr, B9, R24.3
- Gruppenkonsultationstermine (keine Anwesenheitspflicht): Freitag, den 11.03.2016 und Freitag, den 08.04.2016 jeweils 10:15-11:45 Uhr (B9, R24.3)
- Abgabe der schriftlichen Hauptseminararbeiten: Montag, den 09.05.2016 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Montag, den 16.05.2016 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): 20.+21.05.2016 (jeweils 8:00-18:00 Uhr, Raum: tbd)

III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (**max. Teilnehmeranzahl: 25**) in FlexNow (18.01.-22.01.2015)
- Die Themenzuordnung erfolgt per E-Mail an Prof. Baier (daniel.baier@uni-bayreuth.de) unter Angabe von drei Prio-Themen von Interesse (Bezug: Hauptseminar und Themenummerierung) bis 26.01.2015 (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. 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 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 Herrn Prof. Dr. Daniel Baier und Frau Dr. Alexandra Rese.