



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](mailto:daniel.baier@uni-bayreuth.de)

13. Januar 2020

## **Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Sommersemester 2020**

Das Hauptseminar beschäftigt sich mit grünen Innovationen sowie nachhaltigem 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.

<b>Themenblock: Grüne Technologien</b>	
<b>1</b>	<b>Welche Voraussetzungen sind für die Entwicklung von grünen Technologien relevant?</b> <u>Basisquelle:</u> Orsatti, G., Quatraro, F., & Pezzoni, M. (2020). The antecedents of green technologies: The role of team-level recombinant capabilities. <i>Research Policy</i> , 49(3), 103919.
<b>2</b>	<b>Wie unterscheidet sich die Entwicklung grüner Technologien von nicht-grünen?</b> <u>Basisquelle:</u> Barbieri, N., Marzucchi, A., & Rizzo, U. (2020). Knowledge sources and impacts on subsequent inventions: Do green technologies differ from non-green ones?. <i>Research Policy</i> , 49(2), 103901. Cainelli, G., De Marchi, V., & Grandinetti, R. (2015). Does the development of environmental innovation require different resources? Evidence from Spanish manufacturing firms. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 94, 211-220.
<b>3</b>	<b>Warum (und wie) integrieren Unternehmen Umweltverträglichkeit in ihre Innovationen?</b> <u>Basisquelle:</u> Dangelico, R. M., & Pujari, D. (2010). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. <i>Journal of business ethics</i> , 95(3), 471-486.
<b>4</b>	<b>Wie sieht grüne Kreativität aus und welche Auswirkungen hat sie auf die Innovations-tätigkeit?</b> <u>Basisquelle:</u> Albort-Morant, G., Leal-Millán, A., & Cepeda-Carrión, G. (2016). The antecedents of green innovation performance: A model of learning and capabilities. <i>Journal of Business Research</i> , 69(11), 4912-4917. Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). The determinants of green product development performance: Green dynamic capabilities, green transformational leadership, and green creativity. <i>Journal of business ethics</i> , 116(1), 107-119.
<b>5</b>	<b>Was macht ein grünes Unternehmensimage aus und wie wirkt es sich aus?</b> <u>Basisquelle:</u> Amores-Salvadó, J., Martín-de Castro, G., & Navas-López, J. E. (2014). Green corporate image: moderating the connection between environmental product innovation and firm performance. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 83, 356-365.
<b>Themenblock: nachhaltiges Verhalten von Konsumenten</b>	
<b>6</b>	<b>Welche Strategien haben Konsumenten für einen nachhaltige(re)n Konsum?</b> <u>Basisquelle:</u> McDonald, S., Oates, C. J., Alevizou, P. J., Young, C. W., & Hwang, K. (2012). Individual strategies for sustainable consumption. <i>Journal of Marketing Management</i> , 28(3-4), 445-468.
<b>7</b>	<b>Welche Motive beeinflussen nachhaltiges Kaufverhalten?</b> <u>Basisquelle:</u> Eberhart, A. K., & Naderer, G. (2017). Quantitative and qualitative insights into consumers' sustainable purchasing behaviour: A segmentation approach based on motives and heuristic cues. <i>Journal of Marketing Management</i> , 33(13-14), 1149-1169.

8	<b>Wie kann das Verbraucherverhalten hin zu einem nachhaltig(ere)n verändert werden?</b> Basisquelle: White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. <i>Journal of Marketing</i> , 83(3), 22-49.
9	<b>Was beinhaltet die Verantwortung des Konsumenten für nachhaltigen Konsum?</b> Basisquelle: Luchs, M. G., Phipps, M., & Hill, T. (2015). Exploring consumer responsibility for sustainable consumption. <i>Journal of Marketing Management</i> , 31(13-14), 1449-1471.
10	<b>Wie wirken sich Recyclingkampagnen auf den Konsumenten aus?</b> Basisquelle: Winterich, K. P., Nenkov, G. Y., & Gonzales, G. E. (2019). Knowing What It Makes: How Product Transformation Salience Increases Recycling. <i>Journal of Marketing</i> , 83(4), 21-37.
	<b>Was ist grünes Demarketing und wie wirkt es sich auf den Konsumenten aus?</b> Basisquelle: Armstrong Soule, C. A., & Reich, B. J. (2015). Less is more: is a green demarketing strategy sustainable?. <i>Journal of Marketing Management</i> , 31(13-14), 1403-1427. Reich, B. J., & Soule, C. A. A. (2016). Green demarketing in advertisements: Comparing "buy green" and "buy less" appeals in product and institutional advertising contexts. <i>Journal of Advertising</i> , 45(4), 441-458.

## 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 27.01.2020, 08:15-09:45 Uhr, B9, R24.3.
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Hauptseminararbeiten: Montag, den 27.04.2020 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Montag, den 04.05.2020 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): 08.+09.05.2020 (jeweils 8:00-18:00 Uhr, Raum: tbd)

## III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (**max. Teilnehmeranzahl: 20**) in CampusOnline (20.01.-24.01.2020)
- 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 24.01.2020 (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 Strukturierungskriterien
  - 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.