



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

21. Juni 2021

Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Wintersemester 2021/22

Das Hauptseminar beschäftigt sich mit digitalem Marketing 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: Digitales Marketing	
1	Was macht Marketing mit Avataren aus? <i>Basisquelle:</i> Miao, F., Kozlenkova, I. V., Wang, H., Xie, T., & Palmatier, R. W. (2021). EXPRESS: An Emerging Theory of Avatar Marketing. <i>Journal of Marketing</i> , 0022242921994587.
2	Wie (ineffizient) ist Digitales Marketing? <i>Basisquelle:</i> Gordon, B. R., Jerath, K., Katona, Z., Narayanan, S., Shin, J., & Wilbur, K. C. (2021). Inefficiencies in digital advertising markets. <i>Journal of Marketing</i> , 0022242920913236.
3	Was bedeutet das Konzept Agilität im Marketing? <i>Basisquelle:</i> Kalaiganam, K., Tuli, K. R., Kushwaha, T., Lee, L., & Gal, D. (2021). Marketing Agility: The Concept, Antecedents, and a Research Agenda. <i>Journal of Marketing</i> , 85(1), 35-58.
4	Wie wird eine digitale Marke aufgebaut? <i>Basisquelle:</i> Mingione, M., & Abratt, R. (2020). Building a corporate brand in the digital age: imperatives for transforming born-digital startups into successful corporate brands. <i>Journal of Marketing Management</i> , 36(11-12), 981-1008.
5	Wie können (physische) Geschäfte ihren Kundenwert steigern? <i>Basisquelle:</i> Zhang, J. Z., Chang, C. W., & Neslin, S. A. (2021). EXPRESS: How Physical Stores Enhance Customer Value: The Importance of Product Inspection Depth. <i>Journal of Marketing</i> , 00222429211012106.
Themenblock: Verhalten von Konsumenten	
6	Wie sieht die Interaktion in der digitalen Kundenkommunikation aus? <i>Basisquelle:</i> Pizzi, G., Scarpi, D., & Pantano, E. (2021). Artificial intelligence and the new forms of interaction: Who has the control when interacting with a chatbot?. <i>Journal of Business Research</i> , 129, 878-890.
7	Wie reagieren Kunden auf nachhaltige Social Media Kommunikation? <i>Basisquelle:</i> Kong, H. M., Witmaier, A., & Ko, E. (2020). Sustainability and social media communication: How consumers respond to marketing efforts of luxury and non-luxury fashion brands. <i>Journal of Business Research</i> .
8	Wie wirkt sich Influencer Marketing auf die Follower aus? <i>Basisquelle:</i> Martínez-López, F. J., Anaya-Sánchez, R., Fernández Giordano, M., & Lopez-Lopez, D. (2020). Behind influencer marketing: key marketing decisions and their effects on followers' responses. <i>Journal of Marketing Management</i> , 36(7-8), 579-607.
9	Was macht Diversity Initiativen in der Werbung erfolgreich? <i>Basisquelle:</i> Burgess, A. J., Wilkie, D. C., & Dolan, R. (2020). Towards successful diversity initiatives: the importance of building audience connectedness. <i>Journal of Marketing Management</i> , 1-18.

10	<p>Wie wirken Corporate Social Responsibility Kampagnen? Basisquelle: Lee, S. Y., Kim, Y., & Kim, Y. (2021). Engaging consumers with corporate social responsibility campaigns: The roles of interactivity, psychological empowerment, and identification. <i>Journal of Business Research</i>, 134, 507-517.</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): Montag, den 05.07.2021, 08:15-09:45 Uhr, per Zoom.
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Hauptseminararbeiten: Montag, den 25.10.2021 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Montag, den 01.11.2021 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): 05.+06.11.2021 (jeweils 8:00-18:00 Uhr, Raum: tbd)

III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (max. Teilnehmeranzahl: 20) in CampusOnline (28.06.-02.07.2021)
- 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 02.07.2021 (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.