



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

22. Juni 2026

Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Wintersemester 2026/27

Das Hauptseminar beschäftigt sich mit Innovationsmanagement sowie digitalen, technischen und nachhaltigen Innovationen und dem 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: Innovationsmanagement	
1	Wie können soziale Medien die Innovationskommunikation unterstützen? <u>Basisquelle:</u> Greco, M., Di Russo, A.G.Y., Mignacca, B. &, Pata, A. (2026). Tweeting innovation: Exploring the dissemination of open innovation initiatives. <i>Journal of Business Research</i> , 215, 116350.
2	Welche Auswirkungen hat die Beendigung einer Kooperationsbeziehung auf ein Innovationsprojekt? <u>Basisquelle:</u> Lu, Y., Zhang, H., Qian, S., & Lin, R. (2026). How does collaborative relationship ending affect the focal inventor's innovation?. <i>Journal of Business Research</i> , 206, 115957.
3	Wie kann künstliche Intelligenz (KI) den Ideenfindungsprozess unterstützen? <u>Basisquelle:</u> Pescher, C., & Tellis, G. J. (2025). The Role of Artificial Intelligence in the Ideation Process. <i>Journal of Product Innovation Management</i> , 42(5), 958-982.
Themenblock: Innovationen und Verhalten von und Wirkungen auf Konsumenten	
4	Wie können Serviceroboter den physischen Einzelhandel unterstützen? <u>Basisquelle:</u> Choi, W., Ki, C. W. C., & Lee, H. A. (2026). AI service robots in physical retail: Can they reduce the intrusiveness of human retail assistants and prevent shoppers from leaving the store early?. <i>Journal of Business Research</i> , 214, 116244.
5	Welche Faktoren beeinflussen die Ablehnung von KI im Gesundheitswesen? <u>Basisquelle:</u> Wang, R., & Chang, Y. (2026). Unveiling the underlying mechanism of customers' resistance to AI-powered healthcare: An information input perspective. <i>Journal of Business Research</i> , 214, 116303.
6	Wie entsteht das Gefühl der Gemeinschaft mit einer künstlichen Intelligenz? <u>Basisquelle:</u> Shen, P., Peng, D., & Xu, J. (2026). Artificial intelligence companionship: conceptualization, dimension identification and scale development. <i>Journal of Business Research</i> , 215, 116338.
7	Was beeinflusst die Nutzung von Community-fokussierten Smart-Produkten, z.B. von digitalen Nachbarschaftsnetzwerken? <u>Basisquelle:</u> Du, S., Zhao, M., & Sen, S. (2026). Consumer adoption of community-focused smart products: the moderating role of political ideology. <i>Journal of Business Research</i> , 206, 115951.
8	Wie kann man nachhaltige Verpackung optimieren? <u>Basisquelle:</u> Ahn, C., Choo, H. J., & Kim, H. (2026). Optimizing sustainable packaging: How shared responsibility, consumer effectiveness, and message framing drive consumer engagement. <i>Journal of Retailing and Consumer Ser-</i>

	vices, 93, 104884.
9	Welchen Effekt hat künstliche Intelligenz (KI) auf nachhaltigen Konsum? Basisquelle: Wang, H., Jiang, S., Li, X., Alipour, O., & Agag, G. (2026). Can AI make us less green? Insights from four experiments on digital speed, time perception, and sustainable consumption. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 90, 104696.
10	Wie sieht die Akzeptanz für den Einsatz von Dronen im Einzelhandel aus? Basisquelle: Wu, H., Zhang, Z., Guo, Y., & Li, X. (2026). Exploring intention to drone food delivery: A unified model of UTAUT2, risk and consumer innovativeness. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 92, 104782. Wu, Z., Guo, Y., & Lim, J. (2026). Consumer acceptance of drone delivery services in China's low-altitude economy: A comparative analysis of two delivery modes. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 93, 104902.

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 06.07.2026, 08:15-09:45 Uhr, B9, R24.3.
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Hauptseminararbeiten: Montag, den 12.10.2026 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Montag, den 19.10.2026 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): 23.+24.10.2026 (jeweils 10:00-18:00 Uhr, Raum: B9, R24.3.)

III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (max. Teilnehmeranzahl: 20) in CampusOnline (29.06.-03.07.2026)
- Die Themenzuordnung erfolgt per E-Mail an Frau apl. Prof. Dr. Alexandra Rese (alexandra.rese@uni-bayreuth.de) unter Angabe von drei Prio-Themen von Interesse (Bezug: Hauptseminar und Themenummerierung) bis 10.07.2026 (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 4)
 - 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 apl. Prof. Dr. Alexandra Rese.