



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

16. Januar 2023

Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Sommersemester 2023

Das Hauptseminar beschäftigt sich mit nachhaltigem/digitalen Innovationsmanagement 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: Nachhaltiges / digitales Innovationsmanagement	
1	Was sind die Motive zur Nutzung grüner Innovationen? <u>Basisquelle:</u> Flores, P. J., & Jansson, J. (2022). Being innovative, fun, and green? Hedonic and environmental motivations in the use of green innovations. <i>Journal of Marketing Management</i> , 1-30.
2	Welchen Einfluss haben Beschäftigte auf grüne Innovationen? <u>Basisquelle:</u> Palmié, M., Rügger, S., Holzer, M., & Oghazi, P. (2023). The “golden” voice of “green” employees: The effect of private environmental orientation on suggestions for improvement in firms’ economic value creation. <i>Journal of Business Research</i> , 156, 113492.
3	Welche Rolle spielt die Innovativität für eine nachhaltige Performance von Unternehmen (oder Produkten)? <u>Basisquelle:</u> Zhang, Z., Zhu, H., Zhou, Z., & Zou, K. (2022). How does innovation matter for sustainable performance? Evidence from small and medium-sized enterprises. <i>Journal of Business Research</i> , 153, 251-265.
Themenblock: Verhalten von und Wirkungen auf Konsumenten	
4	Was sind die Voraussetzungen (Einflussfaktoren) für eine grüne Selbstidentität? <u>Basisquelle:</u> Becerra, E. P., Carrete, L., & Arroyo, P. (2023). A study of the antecedents and effects of green self-identity on green behavioral intentions of young adults. <i>Journal of Business Research</i> , 155, 113380.
5	Wie sieht es mit der Zahlungsbereitschaft in der Sharing Economy aus? <u>Basisquelle:</u> Nadeem, W., Alimamy, S., & Ashraf, A. R. (2023). Navigating through difficult times with ethical marketing: Assessing consumers’ willingness-to-pay in the sharing economy. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 70, 103150.
6	Wie gestaltet man „You Share, We Donate“ Kampagnen? <u>Basisquelle:</u> Wen, X. H., Kim, S., & Bowen, M. (2023). Doing good by sharing messages: An investigation of “You Share, We Donate” campaigns and how they can attain viral success. <i>Journal of Business Research</i> , 156, 113510.
7	Was macht minimalistischen Konsum aus? <u>Basisquelle:</u> Shafqat, T., Ishaq, M. I., & Ahmed, A. (2023). Fashion consumption using minimalism: Exploring the relationship of consumer well-being and social connectedness. <i>J. of Retailing and Consumer Services</i> , 71, 103215.

8	Welchen Effekt haben Boykott-Kampagnen? <u>Basisquelle:</u> Kim, C., & Kinoshita, A. (2023). Do you punish or forgive socially responsible companies? A cross-country analysis of boycott campaigns. Journal of Retailing and Consumer Services, 71, 103232.
9	Sind Mystery Boxen eine erfolgreiche Verkaufsstrategie? <u>Basisquelle:</u> Mvondo, G. F. N., Jing, F., & Hussain, K. (2023). What's in the box? Investigating the benefits and risks of the blind box selling strategy. Journal of Retailing and Consumer Services, 71, 103189.
10	Welchen Einfluss hat die Pandemie auf die Auswahl des Einkaufskanals? <u>Basisquelle:</u> Ngoh, C. L., & Groening, C. (2022). The effect of COVID-19 on consumers' channel shopping behaviors: A segmentation study. Journal of Retailing and Consumer Services, 68, 103065.

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 30.01.2023, 08:15-09:45 Uhr, B9, R24.3.
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Hauptseminararbeiten: Montag, den 17.04.2023 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Montag, den 24.04.2023 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): 28.+29.04.2023 (jeweils 8:00-18:00 Uhr, Raum: tbd)

III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (max. Teilnehmeranzahl: 20) in CampusOnline (23.01.-27.01.2023)
- 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 27.01.2023 (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.