



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

24. Juni 2024

Hauptseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Wintersemester 2024/25

Das Hauptseminar beschäftigt sich mit 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: Digitales / nachhaltiges Innovationsmanagement	
1	Wie verändert AI Geschäftsmodelle? <u>Basisquelle:</u> Jorzik, P., Klein, S. P., Kanbach, D. K., & Kraus, S. (2024). AI-driven business model innovation: A systematic review and research agenda. <i>Journal of Business Research</i> , 182, 114764.
2	Kann die Digitalisierung den grünen Konsum unterstützen? <u>Basisquelle:</u> Peng, Y., Wang, W., Zhen, S., & Liu, Y. (2024). Does digitalization help green consumption? Empirical test based on the perspective of supply and demand of green products. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 79, 103843.
3	Wie kann die Adoption von nachhaltigen Produkten gesteigert werden? <u>Basisquelle:</u> Nagel, C., Heidenreich, S., & Schumann, J. H. (2024). Enhancing Adoption of Sustainable Product Innovations: Addressing Reduced Performance with Risk-Reducing Product Modifications. <i>Journal of Business Research</i> , 179, 114684.
4	Wie steht es um das Nachhaltigkeits-Narrativ von Unternehmen? <u>Basisquelle:</u> Raghavendra, A. H., Bala, P. K., & Mukherjee, A. (2024). Text mining analysis of retail and consumer service leaders' sustainability narratives: Are they actually true?. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 80, 103921.
Themenblock: Verhalten von und Wirkungen auf Konsumenten	
5	Wie reagieren Kunden auf einer bevorzugte Behandlung? <u>Basisquelle:</u> Ain, Q. U., Lim, W. M., Rasool, S., & Zeshan, M. (2024). How do customers react to preferential treatment? An affective events theory and time-lagged survey. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 80, 103927.
6	Was macht „unechte“ Kunden aus? <u>Basisquelle:</u> Liu, J. J., & Dalton, A. N. (2024). The inauthentic consumer: Consequences of self-inauthenticity for post-session disposal. <i>Journal of Business Research</i> , 181, 114741.
7	Durch welche Taktiken können Influencer die Unternehmensleistung steigern? <u>Basisquelle:</u> Rosengren, S., Campbell, C., & Farrell, J. R. (2024). Tricks of the trade: Understanding and utilizing influencer tactics to improve retailer performance. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 79, 103857.
8	Welche negativen Auswirkungen hat Green Washing auf die Konsumenten? <u>Basisquelle:</u> Sajid, M., Zakkariya, K. A., Suki, N. M., & Islam, J. U. (2024). When going green goes wrong: The effects of greenwashing on brand avoidance and negative word-of-mouth. <i>J. of Retailing and Consumer Services</i> , 78, 103773.

9	Was macht aggressives Kundenverhalten aus? Basisquelle: Mortimer, G., Wang, S., & Andrade, M. L. O. (2023). Measuring customer aggression: Scale development and validation. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 73, 103348.
10	Wie steht es um die Bereitschaft von Kunden Ihre persönlichen Daten beim Online Shopping preiszugeben? Basisquelle: Degutis, M., Urbonavičius, S., Hollebeek, L. D., & Anselmsson, J. (2023). Consumers' willingness to disclose their personal data in e-commerce: A reciprocity-based social exchange perspective. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 74, 103385.

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 08.07.2024, 08:15-09:45 Uhr, B9, R24.3.
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Hauptseminararbeiten: Montag, den 14.10.2024 (End of Day)
- Abgabe der Präsentationen: Montag, den 21.10.2024 (End of Day)
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): 25.+26.10.2024 (jeweils 10:00-18:00 Uhr, Raum: tbd)

III. Anmeldung

- Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (max. Teilnehmeranzahl: 20) in CampusOnline (01.07.-05.07.2024)
- 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 05.07.2024 (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.