



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

Bayreuth, den 13. Januar 2025

**Bachelorseminar Innovations- und Dialogmarketing
im Sommersemester 2025:
„Das Zeitalter von KI – Umbruch und Transformation“**

Künstliche Intelligenz hat in den letzten Jahren einen tiefgreifenden Einfluss auf das Marketing genommen und eröffnet neue Möglichkeiten für datenbasierte Entscheidungsfindung und innovative Ansätze in der Kommunikation. Von der Marktforschung bis zur Produktinnovation bietet der Einsatz moderner Technologien Unternehmen die Chance, effizienter zu arbeiten und Kundenbedürfnisse besser zu verstehen. Gleichzeitig erfordert der Umgang mit KI ein fundiertes Verständnis ihrer Potenziale, Limitationen und der damit verbundenen ethischen Fragen.

Das Bachelorseminar greift die Rolle von Künstlicher Intelligenz im Marketing aus verschiedenen Perspektiven auf. Ziel ist es, Studierenden einen umfassenden Einblick in aktuelle Ansätze und Methoden zu geben, die den Einsatz von KI in verschiedenen Bereichen des Marketings prägen. Im Mittelpunkt des Bachelorseminars steht dabei die Untersuchung des aktuellen Stands der Forschung sowie die eigenständige Auseinandersetzung mit diesem, wodurch die Studierenden an das wissenschaftliche Arbeiten herangeführt werden. Es werden neben dem bereits erworbenen Wissen aus dem bisherigen Studium keine Kenntnisse vorausgesetzt, alle notwendigen Grundlagen werden im Seminar erarbeitet.

I. Themen

In diesem Bachelorseminar soll anhand vorliegender Veröffentlichungen untersucht werden, wie man Marketing-Fragestellungen unter Einbezug von künstlicher Intelligenz beantworten kann. Dazu sollen aktuelle Ansätze verstanden, diskutiert und kritisch beleuchtet werden. Teilnehmende des Seminars wählen je eines der folgenden Themen aus. Die einzelnen Themen können mehrfach vergeben werden.

- **Thema 1: Generative KI in der Marktforschung – Einsatzgebiete und Potentiale**
- **Thema 2: ChatGPT im Marketing – Chancen und Limitationen**
- **Thema 3: Sentiment-Analyse im Marketing – Einsatzgebiete und Methoden**
- **Thema 4: Online-Reviews als Ausgangspunkt für Produktinnovation – Methoden und State-of-the-art**

II. Ablauf

Für den Erhalt des Leistungsnachweises ist die schriftliche Anfertigung und Präsentation einer Seminararbeit und die Teilnahme an allen Terminen (Einführung + Verteidigung) erforderlich. Die Themen werden jeweils bis zu dreimal als Individualarbeit vergeben, die Präsentation erfolgt gemeinsam durch die Bearbeitenden eines Themas. Relevante Termine sind (Änderungen vorbehalten):

- Anmeldung zum Bachelorseminar zwischen dem 20.01.2025 und 24.01.2025 23:59 Uhr in CampusOnline. Es gilt das First-Come First-Served-Prinzip.
- Einführungsveranstaltung und Themenvergabe (Pflichttermin): Montag, den 03.02.2025, 10:00-11:00 Uhr, Gebäude B9, R24.3
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage innerhalb vorher angekündigter Zeiträume.
- Abgabe der schriftlichen Seminararbeiten: spätestens Mittwoch, den 23.04.2025, 23:59 Uhr
- Abgabe der Präsentation: spätestens Dienstag, den 29.04.2025, 23:59 Uhr
- Präsentationstermin (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): Mittwoch, den 30.04.2025, 13:00-15:00 Uhr, Gebäude B9, R24.3
- Anrechnung: Das Seminar kann für die Marketing-Spezialisierung angerechnet werden. Eine Anrechnung für die Spezialisierung im Dienstleistungsmanagement ist nicht möglich.

III. Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst in CampusOnline. Der Eintrag in CampusOnline ist jedoch noch nicht ausreichend für eine Teilnahme. Der Seminarplatz wird erst dann verbindlich zugeteilt, wenn drei Themenwünsche bis 24.01.2025, 23:59 Uhr per E-Mail an Stella Rösch (stella.roesch@uni-bayreuth.de) geäußert werden: Bezug: Bachelorseminar, Platz 1: Themennummer, Platz 2: ..., Platz 3: ... Nach Eingang der Themenpriorisierung wird die Teilnahme vom Lehrstuhl per E-Mail bestätigt.

Die Betreuung der Themen erfolgt durch Frau Stella Rösch und Herrn Andreas Karasenko.

(Ausgewählte) Literaturhinweise:

- Sarstedt, M., Adler, S. J., Rau, L., & Schmitt, B. (2024). Using large language models to generate silicon samples in consumer and marketing research: Challenges, opportunities, and guidelines. *Psychology & Marketing*, 41(6), 1254-1270.
- Bouschery, S. G., Blazeovic, V., & Piller, F. T. (2023). Augmenting human innovation teams with artificial intelligence: Exploring transformer-based language models. *Journal of Product Innovation Management*, 40(2), 139-153.
- Chakraborty, I., Kim, M., & Sudhir, K. (2022). Attribute Sentiment Scoring with Online Text Reviews: Accounting for Language Structure and Missing Attributes. *Journal of Marketing Research*, 59(3), 600-622.
- Sánchez-Franco, M. J., Navarro-García, A., & Rondán-Cataluña, F. J. (2019). A naive Bayes strategy for classifying customer satisfaction: A study based on online reviews of hospitality services. *Journal of Business Research*, 101, 499-506.