

Wissenschaftliche Konzepte und Methoden im Marketing
- Konsument:innen und Künstliche Intelligenz -
Wintersemester 2023/24
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Prof. Dr. Andreas Eggert

Berlin, 28.09.2023

Betreuer

Prof. Dr. Andreas Eggert

Inhalt und Lernziele

Studierende des Studiengangs Bachelor-BWL sollen im Forschungsseminar aktuelle Forschungsfragen aus einem speziellen Bereich der BWL kennenlernen und kritisch würdigen. Bereits heute interagieren Konsument:innen in vielen Situationen mit künstlicher Intelligenz (KI), z. B. wenn sie Serienempfehlungen von Netflix erhalten, ihre sportlichen Aktivitäten mit Fitnessstrackern analysieren oder eine Bestellung über Sprachassistenten wie Siri oder Alexa aufgeben. Wie wirken sich zunehmende Interaktionen mit KI auf die Konsument:innen aus? Welche positiven und negativen Konsequenzen sind für die Konsument:innen zu erwarten? Welche psychologischen, soziologischen und betriebswirtschaftlichen Konzepte und Theorien helfen beim Verständnis dieser Fragen? Mit diesem Themenkomplex setzen wir uns in dem Forschungsseminar auseinander.

Im ersten Themenblock beschäftigen wir uns mit den positiven und negativen Konsequenzen der Datensammlung durch KI-basierte Systeme. Wann teilen Konsument:innen ihre Daten freiwillig und gerne mit KI? Unter welchen Umständen fühlen sie sich durch die Datensammlung in ihrer Privatsphäre gestört?

Im zweiten Themenblock beleuchten wir die positiven und negativen Auswirkungen der Klassifikation von Konsument:innen durch KI. Wann kann Klassifikation hilfreich sein und Konsument:innen einen Nutzen stiften? Wozu führt eine Fehlklassifikation aus Konsument:innensicht?

Der dritte Themenblock beschäftigt sich mit der Fähigkeit von KI, Aufgaben im Auftrag der Konsument:innen zu übernehmen. Wann führt diese Delegation von Aufgaben an KI zu positiven Effekten für die Konsument:innen? Unter welchen Randbedingungen wird die Delegation als entmündigend wahrgenommen?

Im letzten Themenblock setzen wir uns mit der sozialen Interaktion zwischen Konsument:innen und KI auseinander. Worin bestehen die Chancen einer als sozial empfundenen Interaktion mit KI für die Konsument:innen? Welche negativen Konsequenzen sind zu erwarten?

Ziel des Seminars ist neben einer inhaltlichen Vertiefung die optimale Vorbereitung auf die Anfertigung der Bachelorarbeit. Studierende erhalten eine umfassende Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten. Dazu gehören die Diskussion unterschiedlicher Literaturquellen und Zitierweisen, der Aufbau und die Struktur wissenschaftlicher Arbeiten sowie das Verständnis empirischer Artikel. Darüber hinaus werden Präsentationstechniken und Strategien für Zeit- und Selbstmanagement besprochen.

Ablauf und Zeitplan

Jeweils zwei Studierende werden das gleiche Thema bearbeiten, verfassen jedoch eigenständige und separate Seminararbeiten. Neben der schriftlichen Abgabe der Seminararbeit wird es eine Präsentation über den Zwischenstand des Projekts geben. Die Themen der Projekte werden zu Beginn des Seminars vorgestellt. **Zur Vorbereitung auf die Themenvergabe ist folgender Artikel vorab zu lesen:**

Puntoni, S., Reczek, R. W., Giesler, M., & Botti, S. (2021). Consumers and artificial intelligence: An experiential perspective. *Journal of Marketing*, 85(1), 131-151.

| Termine | Inhalte |
|---|--|
| Mittwoch, 27.09.2023, bis 18:00 Uhr | Bewerbungsschluss (siehe Anmeldeformular) |
| Donnerstag, 19.10.2023, 09:00-13:00 Uhr | Einführungsveranstaltung <ul style="list-style-type: none"> • Inhaltlicher Einstieg und Vorstellung der Themen • Themenvergabe |
| Dienstag, 14.11.2023, bis 12:59 (mittags) | Abgabe der Gliederungspräsentation <ul style="list-style-type: none"> • Als PPT und PDF per Email an andreas.eggert@fu-berlin.de • Kurze Vorstellung des Vorgehens (ca. 3-5 Folien) |
| Donnerstag, 16.11.2023, 09:00-13:00 Uhr | Gliederungsbesprechung Gemeinsame Diskussion der Entwürfe |
| Donnerstag, 07.12.2023, 10:00-12:00 Uhr | Zwischenkonsultation (freiwillig) <ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeit zur Klärung offener Fragen und Probleme • Feedback zum aktuellen Fortschritt der Arbeit |
| Donnerstag, 21.12.2023, 10:00-12:00 Uhr | Zwischenkonsultation (freiwillig) <ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeit zur Klärung offener Fragen und Probleme • Feedback zum aktuellen Fortschritt der Arbeit |
| Donnerstag, 11.02.2024, 10:00-12:00 Uhr | Workshop <ul style="list-style-type: none"> • Präsentationstechniken • Tipps für den „Endspurt“ |
| Freitag, 19.01.2024, bis 12:59 Uhr (mittags) | Abgabe der Seminarpräsentation <ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint-Folien im PDF-Format, max. 10 Folien • Per Email an andreas.eggert@fu-berlin.de |

| | |
|--|---|
| Mittwoch, 24.01.2024, 09:00-16:00 Uhr | Seminarpräsentationen mit Diskussion Präsentation (10 Minuten) und Diskussion (10 Minuten) der Seminararbeiten |
| Donnerstag, 08.02.2024, bis 12:59 Uhr (mittags) | Abgabe der Seminararbeit Als PDF per Email an andreas.eggert@fu-berlin.de |

Prüfungsleistung

Das Seminar umfasst 3 SWS (6 Leistungspunkte). Die Anwesenheit im Seminar ist bei den nicht-freiwilligen Terminen verpflichtend. Die Prüfungsleistungen in diesem Seminar umfassen im Einzelnen:

- Ausarbeitung einer Seminararbeit (Umfang von 15 Seiten ohne Literaturverzeichnis, in deutscher oder englischer Sprache möglich); Details zu den Formalia finden sich unter: https://www.wiwiss.fu-berlin.de/fachbereich/bwl/marketing/studium-lehre/Merkblatt_wiss_-Arbeiten_Marketing-Department_neu.pdf (70%)
- Halten eines mündlichen Vortrags (30%)
- Mündliche Beteiligung (notwendige Voraussetzung)

Anmeldung

Das Seminar richtet sich an Bachelorstudierende (BWL), die im Wintersemester 2023/24 mindestens ein Vertiefungsmodul im Fach Marketing absolvieren oder bereits absolviert haben. Interessierte Studierende senden ihre Bewerbung bis zum 27.09.2023 an catalina.wache@fu-berlin.de. Für die Bewerbung verwenden Sie das beigefügte Anmeldeformular. Legen Sie bitte zudem eine aktuelle Übersicht Ihrer Studienleistungen und ein Motivationsschreiben bei. Das Schreiben (max. 1 Seite) sollte sich damit auseinandersetzen, inwiefern KI Ihre Lebenswelt als Konsument:in bereits beeinflusst hat und welche Erfahrungen Sie dabei gemacht haben.

Die Anzahl der Teilnehmenden ist auf 12 Studierende begrenzt. Als Auswahlkriterien werden die Motivation sowie die bisher erbrachten Leistungen im Bereich Marketing herangezogen. Bei gleicher Qualifikation entscheidet das Los. Die Teilnehmer:innenliste wird nach Abschluss des Anmeldeverfahrens bis spätestens zum 11.10.2023 kommuniziert.