

Wissenschaftliche Konzepte und Methoden im Marketing
Forschungsseminar im Wintersemester 2021/22

**„Voice Commerce – Wie digitale Sprachassistenten
das Marketing verändern“**

Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Andreas Eggert

Allgemeine Informationen:

Studierende des Studiengangs Bachelor-BWL sollen im Forschungsseminar aktuelle Forschungsfragen aus einem speziellen Bereich der BWL kennenlernen und kritisch würdigen. Digitale Sprachassistenten wie Amazons Alexa oder Apples Siri haben im vergangenen Jahrzehnt an Funktionalität und Popularität gewonnen. Durch ihre parasozialen Eigenschaften und permanente Präsenz haben sie das Potential, die Interaktion zwischen KundInnen und Unternehmen grundlegend zu verändern. In diesem Forschungsseminar wollen wir untersuchen, welche besonderen Merkmale digitale Sprachassistenten aus KonsumentInnenperspektive auszeichnen und wie sich ihre Nutzung auf die Vorkauf-, Kauf- und Nachkaufphase auswirkt. In dem Seminar widmen wir uns folgenden beispielhaften Fragestellungen:

- Digitale Sprachassistenten eröffnen eine neuartige Interaktionsebene zwischen Unternehmen und KonsumentInnen. Welche parasozialen Rollen kann ein digitaler Sprachassistent dabei aus Kundensicht übernehmen? Und wie unterscheidet sich die auditive von der visuellen Informationsaufnahme und -verarbeitung von KonsumentInnen?
- Digitale Sprachassistenten beeinflussen das KonsumentInnenverhalten in der Vorkauf- und der Kaufphase. Wie ändern sich die Informationssuche in der Vorkaufphase und die Entscheidungsfindung in der Kaufphase? Welche Bedeutung spielen dabei Convenience, Vertrauen und wahrgenommene Macht und Kontrolle der KonsumentInnen?

- Digitale Sprachassistenten können in der Nachkaufphase das Nutzungsverhalten der KonsumentInnen sowie ihre Anbieterbeziehung beeinflussen. Wie wirken sich digitale Sprachassistenten auf das Engagement der KonsumentInnen aus? Wie können digitale Sprachassistenten zur Markenbindung eingesetzt werden? Welchen Auswirkungen haben digitale Sprachassistenten auf das Empfehlungs- und Beschwerdeverhalten von KonsumentInnen?

Ziel des Seminars ist neben einer inhaltlichen Vertiefung die optimale Vorbereitung auf die Anfertigung der Bachelorarbeit. Studierende erhalten eine 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.

Zeitplan für das Forschungsseminar

Termine		Inhalte
03.10.2021	Bis 23:59	Bewerbungsschluss Siehe Anmeldeformular
18.10.2021	14:00-18:00 HFB/K I Konferenzraum	Einführungsveranstaltung <ul style="list-style-type: none"> • Inhaltlicher Einstieg und Vorstellung der Themen • Themenvergabe Wissenschaftliches Arbeiten <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens • Literaturrecherche • Verstehen und Interpretieren empirischer Studien • Schreibtips und -techniken
15.11.2021	14:00-18:00 HFB/K I Konferenzraum	Gliederungsbesprechung Besprechung und Diskussion der Exposés und ersten Gliederungsentwürfe
01.12.2021	10:00-12:00 HFB/K I Konferenzraum oder online	Zwischenkonsultation (freiwilliges Angebot)
15.12.2021	10:00-12:00 HFB/K I Konferenzraum oder online	Zwischenkonsultation (freiwilliges Angebot)
12.01.2022	10:00-12:00 HFB/K I Konferenzraum oder online	Zwischenkonsultation (freiwilliges Angebot)

09.02.2022	10 – 18 Uhr HFB/K I Konferenzraum	Seminarpräsentationen mit Diskussion <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation: 20 Minuten, 10 - 20 Folien • Diskussion: 15 – 25 Minuten
18.02.2022	Bis 12.00	Abgabe der Seminararbeit Als PDF per E-Mail an marketing@wiwiss.fu-berlin.de

Prüfungsleistungen

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

- Erstellen einer Seminararbeit (15 Seiten) (60%)
- Halten eines mündlichen Vortrags (ca. 20 Minuten) (30%)
- Mündliche Beteiligung (10%)

Anmeldung

Das Seminar richtet sich an Bachelorstudierende (BWL), die im Wintersemester 2021/22 mindestens ein Vertiefungsmodul im Fach Marketing absolvieren oder bereits absolviert haben. Interessierte Studierende senden ihre Bewerbung bis zum 03.10.2021 an marketing@wiwiss.fu-berlin.de. Für die Bewerbung verwenden Sie das beigefügte Anmeldeformular. Legen Sie bitte zudem ein Motivationsschreiben (max. eine Seite) sowie eine aktuelle Übersicht Ihrer Studienleistungen bei.

Die Teilnehmerzahl ist auf 12 Studierende begrenzt. Als Auswahlkriterien werden die Motivation (was stellen Sie sich unter „Voice Commerce“ vor und mit welchem Themenschwerpunkt möchten Sie sich warum gerne auseinandersetzen?) sowie die Qualifikation (bisher erbrachte Leistung im Bereich Marketing) herangezogen.