

Ankündigung Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Produktinnovation)“ im Sommersemester 2024

Der Lehrstuhl für Marketing & Innovation bietet unter Leitung von Prof. Dr. Daniel Baier im Sommersemester 2024 das beliebte Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Produktinnovation)“ an. Dieses Mal geht es um Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Risiken von ChatGPT zur Generierung und Bewertung von **Produktverbesserungsideen für „Hausgeräte/Weiße Ware“ (Kühlschränke, Tiefkühlgeräte usw.)**. Das Forschungsprojekt wird gemeinsam mit der **Liebherr Hausgeräte GmbH, Ochsenhausen**, einem der marktführenden Hersteller derartiger Geräte für Privat-, aber auch Geschäftskunden mit 1 Mrd. € Umsatz pro Jahr durchgeführt.



Anrechenbar ist diese Veranstaltung

- mit 5 ECTS im **Bachelor BWL**, Spezialisierung Marketing, im **Bachelor Sportökonomie**, Modulbereich Sport Management 3, im **Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen**, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlicher Wahlbereich,
- mit 6 ECTS im **Master BWL**, Modul B 1-6 oder im Ergänzungsbereich der kleinen Vertiefung Marketing bzw. der großen Vertiefung Marketing & Services, im **Master Sportökonomie**, Ergänzungsmodulbereich D, im **Master Wirtschaftsingenieurwesen**, wirtschaftswissenschaftlicher Bereich.
- Auch in vielen anderen Studiengängen (z.B. **Wirtschaftsmathematik, Philosophy & Economics**) ist die Veranstaltung mit 5 bzw. 6 ECTS anrechenbar.

In Gruppen zu 2 bis 4 Studierenden wenden die Teilnehmer weitgehend selbstständig ChatGPT zur Ideengenerierung und -bewertung bei Kühlgeräten an und diskutieren die Chancen und Risiken einer solchen Anwendung, etwa einfühend dargestellt in:

- **Bouschery et al. (2023)**: "Augmenting Human Innovation Teams with Artificial Intelligence: Exploring Transformer-based Language Models," *Journal of Product Innovation Management*, 40 (2), 139-153 und
- **Filippi, S. (2023)**: "Measuring the Impact of ChatGPT on Fostering Concept Generation in Innovative Product Design," *Electronics*, 12(16), 3535).

Grundidee der Anwendungen ist es, Produktreviews und Produktvergleiche aus dem Internet (z.B. bei www.trustpilot.de oder www.testbericht.de) mit der **ChatGPT App** (chat.openai.com) zu verdichten und sich darauf basierend mit ChatGPT App Ideen für Produktveränderungen entwickeln zu lassen. Zur Bearbeitung kommt sowohl

- **eine Sekundäranalyse** (Recherche mit dem Ziel, den aktuellen Forschungsstand zu ChatGPT in der Produktentwicklung zu erfassen, Vorbereitung der eigenen Auswertungen: Produkt/Produktgruppe, Methodik, Quelle für Produktbewertungen und andere Informationen für Prompts) als auch
- **eine Primäranalyse** (eigene Anwendung mittels der ChatGPT App sowie Diskussion der Chancen und Risiken für Hersteller)

zum Einsatz. Die Auswertung erfolgt in Abstimmung mit Prof. Baier. In zwei Zwischenpräsentationen und einer Abschlusspräsentation wird der Arbeitsfortschritt vorgestellt. Abzuliefern sind pro Gruppe eine 30-seitige (Bachelor) bzw. 45-seitige (Master) Folienpräsentation, die Sekundär- und Primäranalyse zusammenfasst.

Veranstaltungsdetails: Nur an ausgewählten Tagen, donnerstags, 10:15-11:45 Uhr im S 65:

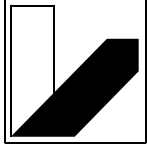
- 18.04.2024 (Kick-Off, Erläuterungen zur Veranstaltung),
- 16.05.2024 (Zwischenpräsentation: Sekundäranalyse, Auswertungsidee),
- 13.06.2024 (Zwischenpräsentation: Feinabstimmung, erste Ergebnisse),
- 04.07.2024 (Abschlusspräsentation).

Die Anmeldung über Campus Online wird am 15.04.2024 um 10:00 Uhr freigeschaltet.

Betreuung: Die Betreuung erfolgt durch einen Unternehmensvertreter sowie Prof. Baier (persönlich, gerne auch per Videocall oder Mail: daniel.baier@uni-bayreuth.de).

Eindruck der Abschlusspräsentation bei ADIDAS in Herzogenaurach aus dem ähnlichen Forschungsprojekt im WiSe23/24:





Ankündigung Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R und Python“ im Sommersemester 2024

Der Lehrstuhl für Marketing & Innovation bietet unter Leitung von Prof. Dr. Daniel Baier und Herrn Andreas Karasenko im Sommersemester 2024 – wie in jedem Semester – das beliebte Forschungsprojekt „Data Mining im Marketing mit R und Python“ an.

Anrechenbar ist diese Veranstaltung

- mit 5 ECTS im **Bachelor BWL**, Spezialisierung Marketing, im **Bachelor Sportökonomie**, Modulbereich Sport Management 3, im **Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen**, Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlicher Wahlbereich,
- mit 6 ECTS im **Master BWL**, Modul B 1-6 oder im Ergänzungsbereich der kleinen Vertiefung Marketing bzw. der großen Vertiefung Marketing & Services, im **Master Sportökonomie**, Ergänzungsmodulbereich D, im **Master Wirtschaftsingenieurwesen**, wirtschaftswissenschaftlicher Bereich.
- Auch in vielen anderen Studiengängen (z.B. **Wirtschaftsmathematik**, **Philosophy & Economics**) ist diese Veranstaltung mit 5 bzw. 6 ECTS anrechenbar.

Lernziel: Die Studierenden verstehen ausgewählte Multivariate Analyse- und Data Mining-Verfahren (z.B. Entscheidungsbäume, Neuronale Netze, Text & Image Mining, Deep Learning). Sie können mit R oder Python anspruchsvolle Probleme lösen.

Lerninhalte: In drei Doppelstunden am Anfang des Semesters erfolgt eine kurze Einführung in das Einlesen und Verarbeiten von Daten, Bildern, Texten mit ausgewählten Multivariaten Analyse- und Data Mining-Verfahren sowie R oder Python. Die Studierenden werden dabei auch auf die zahlreichen Online-Hilfen hingewiesen.

In Gruppen zu 2 bis 4 Studierenden beschäftigen sich die Studierenden dann weitgehend selbstständig mit der Anwendung von R oder Python zur Lösung EINES selbst gewählten konkreten Anwendungsproblems in EINEM methodischen Schwerpunkt (der Lehrstuhl unterstützt gerne bei der Auswahl, gerne auch mit Daten, sowie bei auftretenden Fragen und Problemen). In zwei Zwischenpräsentationen stellen die Gruppen den Arbeitsfortschritt vor. Abzuliefern sind pro Gruppe neben Programmcodes und Datensätzen auch eine 30- (Bachelor) bzw. 45-seitige (Master) Folienpräsentation, die Fragestellung, Datensätze, Methodik und Ergebnisse diskutiert.

Veranstaltungsdetails: An ausgewählten Tagen findet jeweils freitags 8:15-9:45 Uhr im Seminarraum S 61 eine Veranstaltung statt: 19.4.2024, 26.4.2024, 03.05.2024. Zwischenpräsentationen sind am 24.05.2024 und 21.06.2024 (Teilnahmepflicht). Digitale Endabgabe ist am 31.08.2024 (keine Abschlusspräsentation). Eine Anmeldung über Campus Online wird am 15.04.2024 um 9:00 Uhr freigeschaltet. Der Kick-Off findet im Rahmen der Veranstaltung am 19.04.2024 um 8:15-9:45 Uhr statt.

Weiterführende Informationen: Die Betreuung erfolgt durch die Herren Prof. Dr. Baier und Andreas Karasenko (Rückfragen/Terminanfragen per Mail: daniel.baier@uni-bayreuth.de bzw. andreas.karasenko@uni-bayreuth.de).