

Masterseminar in Marketing und Vertrieb: Künstliche Intelligenz in Marketing und Vertrieb

Sommersemester 2022, Themen und Auswahlprozess



Zielgruppe und Bewerbungsprozess

- Zielgruppe: Alle, die sich optimal auf eine Masterarbeit im Marketing vorbereiten möchten.
- Anzahl Plätze:
 - Es stehen 12 Seminarplätze zur Verfügung
 - Die Platzbeschränkung macht Bewerbungsprozess nötig
- Die Bewerbung für das Seminar erfolgt über die Plattform zur Seminarverwaltung der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften: <https://portal.wiwi.kit.edu/ys/5615>
- Auswahlmechanismus: Modifiziertes Bestenprinzip, d.h. die leistungsstärksten Bewerber werden – unter Berücksichtigung von Studienplanung und Schwerpunktsetzung – zuerst berücksichtigt.
- Fragen zum Bewerbungsprozess bitte an saskia.jacob@kit.edu

Termine

- Themen online: ab dem 24. Januar 2022
- Bewerbungsfrist: bis zum 30. Januar 2022, 23:55 Uhr
- Bekanntgabe der ersten Zusagen: 31. Januar 2022
- Frist zur Annahme zugesagter Plätze: bis zum 3. Februar 2022
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten:
(Teilnahmepflicht online!): 9. Februar 2022, 14:00 – 15:30 Uhr
- Bearbeitungsstart: 9. Februar 2022
- Abgabe der Seminararbeit: 15. Juni 2022, 12:00 Uhr
- Präsentation der Seminararbeit:
(Teilnahmepflicht in Präsenz!): 30. Juni 2022, 10:00 – 18:00 Uhr
1. Juli 2022, 10:00 – 18:00 Uhr

Form der Seminararbeit (grob)

- Zielsetzung:
 - Im Rahmen des Seminars sollen die Teilnehmer lernen, sich einen systematischen Überblick über ein Literaturgebiet im Marketing zu verschaffen – eine wichtige Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Masterarbeit.
 - Zentrale Aspekte der Leistung sind die Identifikation relevanter Quellen, die Systematisierung der Literatur, das Herausarbeiten zentraler Erkenntnisse, die klare und einfache sprachliche Darstellung der Ergebnisse und die Identifikation interessanter Forschungslücken.
- Umfang:
 - Schriftliche Arbeit: 15-18 Textseiten (in aller Regel auf Deutsch)
 - Präsentation im Seminar: 20 Minuten + 10 Minuten Diskussion
- Bewertung der Leistung:
 - 60% Seminararbeit
 - 30% Präsentation
 - 10% mündliche Beteiligung an den Präsentationstagen
- Konkretisierung: Genauere Hinweise zur konkreten Ausgestaltung werden in der Einführungsveranstaltung am 9. Februar 2022 gegeben.

Zu den Themen

- Gemäß der vorgestellten Zielsetzung (Folie 4), beziehen sich die einzelnen Themen des Seminars auf wichtige Forschungsfelder im Marketing
- Eine Liste der aktuellen Themen finden Sie auf Folie 6
- Die Präferenzen können im Seminarmodul angegeben werden. Die Zuteilung der Themen erfolgt nach einem modifizierten Bestenprinzip, d.h. der beste Bewerber bekommt zuerst seinen Erstwunsch erfüllt, dann der zweitbeste Bewerber, usw.
- Themen werden nicht doppelt vergeben, d.h. es kann einem Teilnehmer auch ein Thema zugeteilt werden, das er oder sie nicht explizit als Themenwunsch genannt hat
- Eigene Themenvorschläge durch Studierende sind nicht möglich

Themenliste

<ol style="list-style-type: none">1. Das "Uncanny Valley"2. Anthropomorphism3. Algorithm Awareness	Underlying Individual Mechanisms
<ol style="list-style-type: none">4. Adaptive Personalization5. Emotion Prediction6. Lernende Algorithmen in der Kommunikation7. Algorithmic Pricing8. Service Robots	Applications
<ol style="list-style-type: none">9. Algorithmic Bias10. Consumer Responses to AI11. Customer Responses to Recommender Systems12. Explainable AI	Outcomes