



## Wintersemester 2021/2022

### Ankündigung zum ABWL Bachelorseminar:

### „Digital Communication Strategies“

#### Ablauf und Inhalt:

Die Digitalisierung hat u. a. die Kommunikationen zwischen Unternehmen und Konsumenten stark verändert. So stehen Unternehmen heutzutage vor der Herausforderung aus der Fülle der Mitbewerber herauszustechen und langfristig vertrauensvolle Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen. Konsumenten sind bei der Informationssuche zudem nicht mehr nur passive Empfänger von Markenbotschaften, sondern werden aktiv tätig, um Informationen über Marken auf Social-Media-Kanälen zu bekommen. Unternehmen müssen heutzutage auf alternative Kommunikationsinstrumente setzen, um ihre Zielgruppen weiterhin erreichen zu können. An dieser Stelle setzt das ABWL Bachelorseminar zum Thema „Digital Communication Strategies“ an.

Die Ergebnisse werden in einer schriftlichen Arbeit zusammengefasst und in einem Veranstaltungsblock vorgestellt und verteidigt. Dabei bearbeiten zwei Personen zusammen jeweils ein Thema. Die Ausarbeitungen zu den Themen haben eine Länge von 24 Seiten (+/- 10%). Jeder Teilnehmer hat seinen bearbeiteten Teil (ca. 12 Seiten) deutlich zu kennzeichnen. Zusätzlich wird eine aktive Mitarbeit der Seminarteilnehmer bei der späteren Präsentation der Themen ausdrücklich erwartet.

#### Termine:

- Bewerbungsfrist und Anmeldung: **28.06.2021 bis 02.07.2021 über CM Life**
- Einführungsveranstaltung mit Themenvergabe: **08.07.2021, 15.30 Uhr via Zoom**  
URL: <https://uni-bayreuth.zoom.us/j/64205712485?pwd=V0RES05uZUY1TmkxMTlpck9TTDdDUT09>  
Meeting-ID: 642 0571 2485, Kenncode: 440198
- Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung: **20.10.2021, 10:00 – 12:00 Uhr per Mail**
- Präsentation der Seminararbeiten: **04.11.2021, 10:15-17:45 Uhr, via Zoom**
- Alle Termine sind Pflichtveranstaltungen

## Themenliste

<b>1. Communication Is the Key!</b>	Herausarbeitung, inwiefern digitale Kundenkommunikation essentiell für Unternehmen ist
<b>2. Clubhouse – the New Must-Have?</b>	Herausarbeitung, inwiefern die Plattform für Unternehmen und deren Marketingkommunikation geeignet ist
<b>3. Digitale Kundenkommunikation - Revolution Chatbots!?</b>	Darstellung, inwiefern der Einsatz von Chatbots die digitale Kundenkommunikation von Unternehmen bereichert
<b>4. Email-Marketing – New-Old Trend?</b>	Darstellung, inwiefern das Email-Marketing die digitale Kundenkommunikation im Jahre 2022 von Unternehmen bereichert
<b>5. Livestreaming über Plattformen wie YouTube, Twitch, TikTok</b>	Darstellung, inwiefern das Livestreaming verschiedener Plattformen essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation sein sollte
<b>6. Fair Fashion Influencer</b>	Herausarbeitung, inwiefern Fair Fashion Influencer lukrative Werbekommunikationskanäle für Unternehmen darstellen
<b>7. (Internet-)Video-Marketing – Evergreen digitaler Trends</b>	Herausarbeitung, warum das Video-Marketing im Trend liegt und welche Vorteile sich mit dem Einsatz von Bewegtbildinhalten für Unternehmen ergeben
<b>8. Podcast-Marketing</b>	Herausarbeitung, inwiefern sich Unternehmen mit dem Podcasting für ihre Kunden sichtbar machen und ihre Marke positionieren können
<b>9. Digitale Kommunikationskanäle</b>	Herausarbeitung drei verschiedener Kommunikationskanäle, auf die Unternehmen im Jahre 2022 setzen sollten

## **Einführende Literatur:**

**Anton, J. (2020): Die Tiktok-Queen**

<https://www.faz.net/aktuell/stil/trends-nischen/tiktok-star-charlie-d-amelio-erreicht-als-erste-100-millionen-17068768.html>

**Benrath, B. (2021): Clubhouse führt Bezahlfunktion ein**

<https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/digitec/clubhouse-fuehrt-bezahlfunktion-ein-und-hinkt-hinterher-17279513.html>

**Kittmann, V./Buer C. (2020): Der Podcastmarkt ist in Bewegung**

<https://www.horizont.net/tech/kommentare/podtalk-16-der-podcastmarkt-ist-in-bewegung-185026>

## **Basisliteratur:**

Alves, H./ Fernandes, C./ Raposo, M. (2016): "Social-Media-Marketing: A Literature Review and Implications" *Psychology & Marketing*, 33 (12), 1029-1038.

Appel, G./Grewak, L./Hadi, R./Stephen, A.T. (2020): "The future of social media in marketing" *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79-95.

Belk R.W. /Kozinets R.V., Robert V. Kozinets, (2005): "Videography in marketing and consumer research", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8, 2, 128-141.

Diwanji, V./Reed, A./ Ferchaud A./ Seibert J./Weinbrecht V./Sellers N. (2020): "Don't just watch, join in: Exploring information behavior and copresence on Twitch", *Computers in Human Behavior*, 105.

Hudders, L./Jans, S./ Veirman, M. (2020): "The Commercialization of Social Media Stars: A Literature Review and Conceptual Framework on the Strategic Use of Social Media Influencer" *International Journal of Advertising*, 1-49.

Hughes, C./ Swaminathan, V./ Brooks, G. (2019): "Driving Brand Engagement Through Online Social Influencers: An Empirical Investigation of Sponsored Blogging Campaigns." *Journal of Marketing* 83 (5), 78-96.

Luo, X. /Tong, S. / Fang, Z. / Qu, Z. (2019). Frontiers: Machines vs. Humans: The Impact of Artificial Intelligence Chatbot Disclosure on Customer Purchases. *Marketing Science*, 38, (6), 937-947.

Petrescu, M./ Mangleburg, T.; Ben M. S./ O'Leary, K. (2020): "Re-ciprocal Influences and Effects of Viral Nwom Campaigns in Social Media". *Journal of Marketing Communications* 26 (7), 685-702.

Soboleva, A./ Burton, S./ Mallik, G./ Khan, A. (2017): "'Retweet for a Chance to...'. An Analysis of What Triggers Consumers to Engage in Seeded eWOM on Twitter" *Journal of Marketing Management* 33 (13-14), 1120-1148.

Stubb, C./ Nyström, A.G./ Colliander, J. (2019): "Influencer Marketing". *Journal of Communication Management* 23 (2), 109-122.

Sullivan, John L. (2019): "The Platforms of Podcasting: Past and Present". *Social Media + Society*, 1-12

Voorveld, H. A. M./ van Noort, G./ Muntinga, D. G./ Bronner, F. (2018): "Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type" *Journal of Advertising*, 47 (1), 38-54.

Yanga, S./Zhaob, Y./Ma, Y. (2019): "Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application—Taking Tik Tok as an Example", *International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019)*, 340-343.

Zarouali, B./ van de Broeck, E./ Walrave, M. Poels, K. (2018): "Predicting Consumer Responses to a Chatbot on Facebook" *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21 (8), 491-497.

## Organisation:

<b>Anmeldung</b>	Die Anmeldung für das Seminar ist ab dem <b>28.06.2021 bis 02.07.2021</b> über <b>CM Life</b> möglich. Die Teilnehmerzahl ist auf <b>maximal 18 Studierende</b> begrenzt, d. h. die ersten 18 Anmeldungen erhalten einen Seminarplatz.
<b>Kommunikation</b>	<p><a href="https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=30889">https://elearning.uni-bayreuth.de/course/view.php?id=30889</a> PW: abwl21</p> <p>Schreiben Sie sich bitte in den Kurs ein.</p>
<b>Einführungs- veranstaltung</b>	<p>Die konkreten Termine der Besprechungen mit der Seminarbetreuerin, Einzelheiten zur Präsentation sowie die genaue Gruppeneinteilung werden in der <b>Einführungsveranstaltung am 08.07.2021, 15.30 Uhr (s.t.) via Zoom</b> bekanntgegeben:</p> <p><i>URL: <a href="https://uni-bayreuth.zoom.us/j/64205712485?pwd=V0RES05uZUY1TmkyMTlpck9TTDdDUT09">https://uni-bayreuth.zoom.us/j/64205712485?pwd=V0RES05uZUY1TmkyMTlpck9TTDdDUT09</a> Meeting-ID: 642 0571 2485, Kenncode: 440198</i></p> <p>Bitte beachten Sie, dass die Termine der Betreuungsgespräche in der <b>vorlesungsfreien Zeit</b> stattfinden.</p>
<b>Themenvergabe</b>	Sie bewerben sich über CM Life <b>nicht</b> für ein <b>Thema</b> , sondern <b>lediglich für das Seminar</b> . Jedes Seminarthema wird mit <b>einem oder zwei Teilnehmer/n</b> besetzt.
<b>Umfang und Abgabe der Seminararbeiten</b>	Die <b>schriftlichen Ausarbeitungen</b> umfassen bei zwei Teilnehmern insgesamt ca. 24 Seiten (12 Seiten pro Person) je Thema und werden in deutscher Sprache verfasst. Diese sind spätestens bis <b>zum 20.10.2021</b> per Mail (Word + PDF) an Sandra Ziewiecki ( <a href="mailto:sandra.ziewiecki@uni-bayreuth.de">sandra.ziewiecki@uni-bayreuth.de</a> ) zu senden.
<b>Zitierrichtlinien des Lehrstuhls</b>	Einzelheiten zur Anfertigung der Seminararbeit und zur Zitierweise finden Sie auf unserer Lehrstuhlhomepage: <a href="http://abwl.uni-bayreuth.de/de/abschlussarbeiten/zitierrichtlinien/index.html">http://abwl.uni-bayreuth.de/de/abschlussarbeiten/zitierrichtlinien/index.html</a>
<b>Präsentation</b>	Die Präsentation der Seminararbeiten finden in der Blockveranstaltung <b>am 04.11.2021 von 10:15 – 17:45 Uhr</b> voraussichtlich via Zoom statt. Der Zoom-Link wird im Laufe der Veranstaltung im e-Learning noch bekanntgegeben.
<b>Fragen?</b>	Bei Fragen wenden Sie sich bitte an <a href="mailto:sandra.ziewiecki@uni-bayreuth.de">sandra.ziewiecki@uni-bayreuth.de</a> oder erkundigen Sie sich auf unserer Homepage: <a href="http://abwl.uni-bayreuth.de/de/index.html">http://abwl.uni-bayreuth.de/de/index.html</a>