

SoSe 2019

Projektmodul: Konsumentenverhalten: Augmented Reality im Marketing [Aktuelles Thema](10 CP)

Univ.-Prof. Dr. Daniel Wentzel | Dr. Annika Wiecek

1. Inhalt und Ziel des Projektmoduls

Das Projektmodul erlaubt Studierenden die Teilnahme an aktuellen Forschungsprojekten des Lehrstuhls für Marketing rund um den Themenbereich der Konsumentenforschung, im Speziellen der konsumentenpsychologischen Wahrnehmungen von Produkten und deren Kommunikation. In diesem Semester sollen die Teilnehmer des Moduls eigenständige Forschungsprojekte durchführen, die das Ziel haben, den Einsatz von Augmented Reality in der Vermarktung von Produkten besser zu verstehen. Im Rahmen des Moduls wird mit einem der führenden Händler für Augenoptik im Europa kooperiert, der Augmented-Reality-Applikationen entwickeln und für seine Kunden bereitstellen möchte. Die Aufgabe der Studierenden ist es – in Absprache mit dem Lehrstuhl und dem Unternehmen –, Ideen für Augmented-Reality-Applikationen zu entwickeln und die Effektivität dieser Ideen anhand von psychologischen bzw. verhaltenswissenschaftlichen Untersuchungen zu überprüfen.

Das Projektmodul verfolgt dabei drei Lernziele: (1) Zunächst sollen die Studierenden Einblicke in den Verlauf von empirischen Forschungsprojekten im Marketing erhalten. (2) Dabei sollen die methodische Kompetenz der Studierenden geschult und Grundkenntnisse in der Anwendung empirisch-quantitativer Analysemethoden zur Vorbereitung auf die eigene Abschlussarbeit vermittelt werden. (3) Aus inhaltlicher Sicht sollen die Studierenden verstehen, wie das Kundenerlebnis durch Augmented Reality verbessert werden kann und welche Besonderheiten bei der der Entwicklung entsprechender Applikationen zu beachten sind.

2. Teilnehmerkreis und Voraussetzungen

- Teilnehmerkreis:
 - Betriebswirtschaftslehre – Business Administration (M.Sc.), Vertiefungsrichtung Innovation, Marketing und Entrepreneurship // Corporate Development and Strategy // Sustainability and Corporations
 - Wirtschaftswissenschaft – Management, Business and Economics (M.Sc.), Vertiefungsrichtung General Management // Corporate Development and Strategy // Innovation, Marketing und Entrepreneurship // Sustainability and Corporations
 - Wirtschaftsingenieurwesen (PO 2015) – Business Administration & Engineering (M.Sc.) Vertiefungsrichtung Corporate Development and Strategy // Innovation, Marketing und Entrepreneurship // Sustainability and Corporations
- Max. Teilnehmerzahl: 10

- Unterrichtssprache: Deutsch/Englisch
- Vorkenntnisse: Grundlegende statistische Kenntnisse, Begeisterung für empirisches Arbeiten mit Primärdaten. Der Besuch der Mastermodule „Marketing Management“ und/oder „Consumer Behavior“ des Lehrstuhls ist empfehlenswert, stellt aber keine zwingende Voraussetzung dar.

3. Organisatorischer Ablauf und Termine

Die Studierenden werden zunächst in das Thema und das Konzept des Moduls eingeführt. Dabei werden die Strategien und Ziele des kooperierenden Unternehmens sowie die Besonderheiten der Vermarktung von Produkten durch Augmented Reality vorgestellt. Innerhalb dieses Themengebiets sollen die Gruppen eine eigenständige Forschungsfrage entwickeln und diese anhand einer oder mehrerer empirischer Studien untersuchen. Ziel ist es, dass die Studierenden unter Anleitung eine empirische Untersuchung durchführen können, welche die gängigen wissenschaftlichen Standards in vollem Maße erfüllt. Die Ergebnisse der empirisch-quantitativen Analyse werden die Studierenden in den Gruppen präsentieren und in einer schriftlichen Hausarbeit zusammenfassen.

- Gruppenarbeit (Gruppengröße 5 Studierende)
- Regelmäßige Treffen innerhalb der Gruppe, im Verlauf des späteren Semesters regelmäßige Treffen zur gemeinsamen Datenauswertung
- Betreuung durch einen wissenschaftlichen Mitarbeiter sowie den Professor

Projektmodule sind anwesenheitspflichtig!

Da die regelmäßige Teilnahme an den Plenar- und Gruppenterminen erforderlich ist, prüfen Sie bitte vor einer Anmeldung, ob Sie an den im Folgenden angegebenen Terminen teilnehmen können. Bitte beachten Sie dazu auch die **für dieses Modul spezifische Abwesenheitsregelung**.

- **Kick-Off-Veranstaltung (02.04.2019 13:30 Uhr bis 15:00 Uhr, im B 201):**
Vorstellung des Veranstaltungskonzepts und der Themen sowie Klärung organisatorischer Fragen. Die Anwesenheit ist verpflichtend, ein unentschuldigtes Fehlen führt zum Ausschluss von der Veranstaltung. Ihr Platz wird in diesem Fall an Studierende aus der Warteliste vergeben.
- **Zwischenpräsentation (06.06.2019, 15:00 Uhr bis 18:00 Uhr, im B 201):**
Vorstellung des konzeptionellen Modells, der Untersuchungshypothesen, der Methodik und erste Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung. Ziel dieses Termins ist es, ein Feedback der Betreuer und des Plenums für die Abschlusspräsentation zu erhalten. Eine Teilnahme an dieser Präsentation ist absolut verpflichtend.
- **Abschlusspräsentation (01.07.2019, 13:30 Uhr bis 16:00 Uhr, im B 056):**
Vorstellung der Hypothesen, der Methodik und der Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung. Eine Teilnahme an dieser Präsentation ist absolut verpflichtend.

- **Regelmäßige Gruppentreffen:**
Die Termine für die regelmäßigen Gruppentreffen werden in der ersten Phase des Projektmoduls - gemeinsam mit den Gruppenmitgliedern - festgelegt und sind **anwesenheitspflichtig!**
- **Schriftliche Hausarbeit**
Abgabe der schriftlichen Hausarbeit erfolgt bis zur Abschlusspräsentation.

4. Prüfungsleistungen

- Gruppenleistung I (15%): Zwischenpräsentation (30 min)
- Gruppenleistung II (15%): Abschlusspräsentation (45 min)
- Gruppenleistung III (70%): Schriftliche Hausarbeit (ca. 50 Seiten)
Sprache der Hausarbeit wählbar aus Deutsch und Englisch (Gruppenkonsens)

5. Abwesenheitsregelung (Modulspezifische Information)

Es besteht bei den als solche gekennzeichneten Veranstaltungen (siehe Punkt 3: Organisatorischer Ablauf und Termine) Anwesenheitspflicht. Die tolerierte Abwesenheitsdauer in begründeten Fällen beträgt 10% (durch Attest entschuldigte Fehlzeiten inbegriffen).

6. Anmeldung zur Veranstaltung

Aktuelle Informationen zum Anmeldeprozess inklusive Fristen finden Sie voraussichtlich ab Anfang März auf der Webseite:

<http://www.wiwi.rwth-aachen.de/projektmodule>

7. Anmeldung zur Prüfung

Achtung: Vorgezogene Prüfungsanmeldefrist in der ersten Vorlesungswoche!

Wichtige Änderung:

Seit dem Wintersemester 2018/19 gibt es keine zentrale automatische Prüfungsanmeldung durch das WiWi-Prüfungsmanagement mehr. Die Anmeldung zur Prüfung muss von den Studierenden selbst vorgenommen werden!

Für alle Studiengänge mit curricularer Verankerung

Die Anmeldung zur Prüfung erfolgt für alle Studierende mit curricularer Verankerung über RWTHonline. Eine Step-By-Step-Anleitung und entsprechende Informationen werden auf der Webseite bekannt gegeben! **(Zentrale Bekanntgabe auf der Projektmodulwebseite und per Mail, Link s.o.)**

8. Abmeldung / Rücktritt / Abwesenheit / Krankheit

Übergreifende Regelung für alle Projektmodule finden Sie auf der Webseite der WiWi-Fakultät unter <http://www.wiwi.rwth-aachen.de/projektmodule>

9. Thema des Projektmoduls: Augmented Reality

Unter Augmented Reality wird die Vermischung der Realität mit einer virtuellen Welt verstanden. Im Speziellen werden mithilfe von computergestützten Programmen virtuelle Informationen in die reale Welt integriert. So lassen sich beispielsweise virtuelle Objekte in der realen Welt darstellen. Diese Möglichkeit der Verschmelzung von virtuellen Objekten und der Realität eröffnet Unternehmen ganz neue Möglichkeiten, dem Kunden ihre Produkte nahe zu bringen und sie bereits vor dem Kauf erlebbar zu machen. So erlaubt die erfolgreiche Online-Plattform MisterSpex.de seinen Kunden beispielsweise, Brillen bereits vor dem Erwerb virtuell anzuprobieren. IKEA hingegen hat eine App entwickelt, die es Kunden erlaubt, Möbelstücke virtuell in ihre Wohnräume zu projizieren.

Die Durchführung des Projektmoduls erfolgt in Kooperation mit einem der größten Konkurrenten von MisterSpex.de (dem zweitgrößten Brillenanbieter Europas). Konkret sollen im Rahmen des Moduls die Implikationen von Augmented Reality für den Entscheidungsprozess der Kunden untersucht und Anwendungsfelder für den Einsatz von Augmented Reality in der Praxis entwickelt werden.

Literatur:

Hilken, T., de Ruyter, K., Chylinski, M., Mahr, D., & Keeling, D. I. (2017). Augmenting the eye of the beholder: Exploring the strategic potential of augmented reality to enhance online service experiences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(6), 884-905.

Rauschnabel, P. A. (2018). Virtually enhancing the real world with holograms: An exploration of expected gratifications of using augmented reality smart glasses. *Psychology & Marketing*, 35(8), 557-572.

Yim, M. Y. C., Chu, S. C., & Sauer, P. L. (2017). Is augmented reality technology an effective tool for e-commerce? An interactivity and vividness perspective. *Journal of Interactive Marketing*, 39, 89-103.

10. Ansprechpartner für Rückfragen

Modulinhalte

Dr. Annika Wiecek
Kackertstraße 7, Raum 414
52072 Aachen
wiecek@time.rwth-aachen.de

Veranstaltungsanmeldung:

Daniel Dirkes, M.Sc.
Templergraben 64, Raum 425
zuteilung@wiwi.rwth-aachen.de

Prüfungsanmeldung

Dr. Sandra Silvertant
Prüfungs Koordinatorin
Templergraben 64, Raum 425
pruefungen@wiwi.rwth-aachen.de