

Prof. Dr. Mahmut Arica

FOM Hochschule für Oekonomie & Management
Münster
Martin-Luther-King-Weg 30-30a, 48155 Münster
Tel. +49 (0) 251 92 77 86 2-0
E-Mail mahmut.arica@fom.de

Prof. Dr. Annett Wolf

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
FB 3 Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
Treskowallee 8, 10318 Berlin
Tel. +49 (0) 30 5019 2376
E-Mail annett.wolf@htw-berlin.de

August 2023

Call for Papers**„Künstliche Intelligenz (KI) im Marketing“**

PraxisWissen Marketing - German Journal of Marketing, Heft 1/2024
- Periodikum der Arbeitsgemeinschaft für Marketing (AfM)

1. Zur Positionierung der Reihe „PraxisWissen Marketing“

Dies ist die neunte Ausgabe der online und im Print-on-demand-Verfahren erscheinenden Publikationsreihe „PraxisWissen Marketing - German Journal of Marketing“ (online unter <http://arbeitsgemeinschaft.marketing/publikationen-der-afm>), die durch den Arbeitskreis für Marketing (AfM), einem Zusammenschluss der Marketing-ProfessorInnen an Hochschulen im deutschsprachigen Raum, initiiert wurde, um die Relevanz der Funktion Marketing in der Unternehmenspraxis zu stärken. Die Publikation ist folgendermaßen positioniert:

- Jede Ausgabe informiert über neue Erkenntnisse zu einem wissenschaftlich und praktisch besonders relevanten **Schwerpunktthema des Marketing**.
- Sie gibt einen Einblick in die aktuelle wissenschaftliche Diskussion des Schwerpunktthemas, wobei die **Praxisrelevanz** und der Anwendungsbezug der Inhalte im Vordergrund stehen. Dies kann ergänzt werden durch **Beispiele**, in denen Unternehmen ihre praktischen Erfahrungen mit innovativen Marketingmethoden vorstellen.
- **Zielgruppe** des Sammelbandes sind in erster Linie PraktikerInnen aus Unternehmen und Beratungen.
- Ein zweiköpfiges **Herausgeberteam**, ein **akademischer Beirat** sowie ein **Double-Blind Peer-Review-Verfahren** sichern die Qualität der Beiträge.

2. Inhaltlicher Schwerpunkt der neunten Ausgabe

Die neunte Ausgabe der „PraxisWissen Marketing“ soll verschiedene Aspekte der Anwendung von „**Künstlicher Intelligenz im Marketing**“ behandeln und eine Gelegenheit zur **Diskussion über innovative Ansätze, Methoden und Techniken** bieten. Beiträge können zu folgenden Themen eingereicht werden, sind aber nicht auf diese beschränkt:

- KI-gestützte Kundensegmentierung und Zielgruppenanalyse
- Personalisierung von Marketingbotschaften und -inhalten durch KI
- KI-Anwendungen im Bereich des Kundenverhaltens und der Kundenpräferenzen
- KI-basierte Prognosemodelle für das Kaufverhalten
- Anwendung von maschinellem Lernen im Influencer-Marketing
- KI-Tools und -Plattformen für das Marketingmanagement
- Ethik und Datenschutz im Zusammenhang mit KI im Marketing

3. Profil und thematisches Spektrum sowie Umfang der Beiträge

Die neunte Ausgabe der AfM-Publikation, deren Erscheinen für **Mai 2024** geplant ist, trägt den Arbeitstitel: „**Künstliche Intelligenz im Marketing**“. Es werden **aktuelle und originäre Beiträge** in **deutscher oder englischer Sprache** zu allen Aspekten von **Künstlicher Intelligenz im Marketing** gesucht. Wir freuen uns sowohl über **theoretisch konzeptionelle als auch über empirische Beiträge**, die einen Beitrag zur Weiterentwicklung des Wissens in diesem Bereich leisten. Die Einreichungen sollten auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basieren und innovative Perspektiven oder Anwendungen von KI im Marketing aufzeigen. Konkrete **Fallbeispiele** sind ausdrücklich erwünscht und willkommen.

Bevorzugt werden Themen, die für eine **breite Zielgruppe** interessant sind, welche an generellen praxisrelevanten Ergebnissen zum Marketing interessiert ist. Aus diesem Grund sollte eine Themenstellung vermieden werden, die ausschließlich für Spezialisten innerhalb der Disziplin interessant erscheint.

Die Beiträge sollten einen Umfang von max. **40.000 Zeichen** (inklusive Leerzeichen) nicht überschreiten. Ein **Merkblatt** mit Hinweisen zur formalen Gestaltung wird den AutorInnen selbstverständlich zugesandt.

4. Zeitplanung

Die Entscheidung über die Teilnahme erfolgt auf Basis der Einreichung eines max. einseitigen **Abstracts**. Dieses ist nun bis zum **31. Oktober 2023 (Deadline wurde verlängert)** an das Herausgeber-Team unter praxiswissen@arbeitsgemeinschaft.marketing zu senden. Der Abgabetermin für das endgültige **Manuskript** ist der **15. Januar 2024 (Abgabefrist wurde verlängert)**. Die Veröffentlichung ist für den Mai 2024 vorgesehen.

5. Review-Verfahren und Herausgeberbeirat

Eingereichte Beiträge werden anonym in einem externen Review-Verfahren von den Mitgliedern des Herausgeber-Beirats begutachtet. Nach Begutachtung kann ggf. um Überarbeitung eines Beitrags gebeten werden.

Wir freuen uns auf Ihre Einreichungen!

Für Rückfragen stehen wir gern zur Verfügung.

Prof. Dr. Mahmut Arica & Prof. Dr. Annett Wolf