

DIGITALES TRANSFERLABOR IN DEN WIRTSCHAFTS- WISSENSCHAFTEN

PD Dr.
Steffen Jahn

Dr.
Christian
Hoßbach

→ Das interdisziplinäre Masterseminar „Künstliche Intelligenz im Personalmarketing“

ZIELE

- Studierende auf das Zukunftsfeld KI vorbereiten
- Studierende bei der strukturierten Erprobung begleiten
- geschützten Raum bieten, um Erfahrungen mit unterschiedlichen KI-Werkzeugen im Rahmen eigener Projekte zu sammeln und zu reflektieren

INHALT

- Aufgabe: KI-Ansätze für ein verbessertes Hochschulmarketing entwickeln
- Verbindung betriebswirtsch. Teildisziplin Marketing mit Personal- und Organisationsforschung
- inhaltlich nah an der Lebensrealität der Studierenden mit dem Themenfeld „MLU“
- Bewertung der Fähigkeiten, nutzerbezogene Anforderungen zu identifizieren, zu reflektieren und die Konzepte darauf auszurichten

METHODEN

TRANSFER: externe Personen in Planung und Durchführung eingebunden

- Torsten Evers (Leiter Stabsstelle Hochschulmarketing)
- Claudia Polkau (Referatsleiterin Studienberatung)
- Reinhard Franke (Redakteur Studienberatung)

DESIGN-THINKING-METHODIK

- erst Bedürfnisse der potenziellen Nutzer*innen herausarbeiten
- dann prototypische Szenarien von KI im Hochschulmarketing entwickeln
- workshopartige Konsultationen, in denen die Arbeitsgruppen sich gegenseitig inspirieren konnten und Feedback erhielten; Lehrende als begleitende „Coaches“

ERGEBNISSE

- KI-gestützte Newsletter für eine verbesserte Bewerberkommunikation
- KI-gestützte virtuelle Influencerin „MLU_ISA“ erweitert Instagram-Auftritt der MLU
- Chatbot „Ma-LU“ zur verbesserten Kommunikation mit Bewerbenden
- KI-gestützte Self-Assessments für Bewerbende
- KI-gestützte Auswahlprozesse von Bewerber*innen in NC-Masterprogrammen
- Toolbox für KI-gestützte dezentrale Marketingaktivitäten