



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

FAKULTÄT WIRTSCHAFTS- UND SOZIALWISSENSCHAFTEN
INSTITUT FÜR MARKETING & MANAGEMENT

Masterseminar Schwerpunktfächer Marketing und Marketing-&Management-Insights Wintersemester 2019/2020



Modalitäten zur Anmeldung | Marketing & Business Development (570A) | Unternehmensgründungen und
Unternehmertum (570C) | Dienstleistungsmanagement (570D) | Marketing & Konsumentenverhalten (570E)



Anmeldung zum Seminar im Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">• Anmeldung für Masterstudierende über die Homepage des Lehrstuhls Marketing & Konsumentenverhalten vom 08.07.2019 (9 Uhr) bis 26.7.2019 (24 Uhr)• Jeder Studierende äußert seine Präferenzen, in Abhängigkeit der jeweilig gewählten Schwerpunktfächer.• Die Anmeldung ist verbindlich.	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.• Die Vergabe erfolgt nicht nach dem first-come, first-serve Prinzip, der Zeitpunkt ihrer Anmeldung innerhalb des Anmeldezeitraums spielt somit keine Rolle.• Nach Anmeldeschluss werden die Studierenden zeitnah über die Zuteilung informiert werden.• Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.	<ul style="list-style-type: none">• Beachten Sie hierzu die jeweiligen Informationen und Rahmenbedingungen der einzelnen Seminarbeschreibungen.



Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development (Prof. Voeth): Verhandlungsdesigning vs. Interaktionsbasiertes Verhandlungsmanagement

Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights

Dieses Seminar beschäftigt sich mit zwei unterschiedlichen Ansätzen aus dem Bereich der Verhandlungsforschung: Während das Verhandlungsdesigning als Versuch zu verstehen ist, durch (spieltheoretisch basierte) Vorgabe von Regeln zum Ablauf des Verhandlungsprozesses Einfluss auf das Verhandlungsergebnis zu nehmen, versucht das interaktionsbasierte Verhandlungsmanagement über einen gemeinsamen Interaktionsprozess der Parteien eine Einigung zu erzielen. Ziel des Seminars ist eine vergleichende Gegenüberstellung dieser beiden Ansätze, um eine fundierte Beurteilung der Chancen, Risiken und Anwendungsbereiche zu ermöglichen.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme.
- Die Bearbeitung erfolgt in Gruppen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 20** Teilnehmer begrenzt.
- Ansprechpartner: Manuel Hefner (manuel.hefner@uni-hohenheim.de)



Projekt am Lehrstuhl für Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Prof. Kuckertz): Students2Startup

Anrechenbar für das Schwerpunktfach: [nur Marketing-&Management-Insights](#)

Inhalt und Ziel des Projekts

Das Projekt zum Management ist ein studentisches Beratungsseminar für Studierende in Kooperation mit der Wissensfabrik - Unternehmen für Deutschland e.V.

Studentische Teams bearbeiten reale Probleme von Startup-Unternehmen, etwa aus den Bereichen Marketing oder Vertrieb und erarbeiten in enger Zusammenarbeit mit den Startups Lösungen. Um die Verbindung zwischen Theorie und Praxis weiter zu stärken, wird jedes studentische Team von einem Praxismentor (z.B. von Bosch, GFT, Trumpf) begleitet.

Dieses Projekt ist besonders empfehlenswert für Studierende, die die **Arbeit in Startups kennenlernen** wollen oder **erste Erfahrungen in der Beratung von Unternehmen** sammeln wollen.

Ablauf

- Teamgröße: 3-6 Studierende
- Bearbeitung: Termine werden noch bekannt gegeben, voraussichtlich 6-8 Wochen ab Semesterbeginn

Organisatorisches

- Inhaltlich verantwortlich: Dr. Elisabeth Berger (elisabeth.berger@uni-hohenheim.de)
- Projektleistung besteht aus: kurzer Zwischenbericht, Abschlusspräsentation und schriftliche Ausarbeitung
- Das Projekt kann dieses Semester als Seminar angerechnet werden
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (9 Plätze)

Modalitäten zur Anmeldung | Marketing & Business Development (570A) | Unternehmensgründungen und Unternehmertum (570C) | Dienstleistungsmanagement (570D) | Marketing & Konsumentenverhalten (570E)





Seminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement: Personalisierung und Automatisierung von Dienstleistungen **Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights**

Die Studierenden setzen sich im Rahmen des Seminars mittels wissenschaftlichen Methoden intensiv mit dem Einsatz von Technologien in der Dienstleistungsentwicklung und -bereitstellung auseinander. Einen besonderen Fokus wird dabei auf die Möglichkeiten von personalisierten Dienstleistungen gelegt.

Das Seminar findet als Blockveranstaltung statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekanntgegeben.

Kick-off Informationsveranstaltung
1-2 Workshops
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

Mitte/Ende Oktober 2019
November/Dezember 2019
Mitte Januar 2020
Anfang Januar 2020

- Die Bearbeitung findet in **Kleingruppen** statt.
- Eine Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung führt automatisch zum Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz. Es herrscht Anwesenheitspflicht sowohl während des Kick-offs, der Workshops sowie der Abschlusspräsentation.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme im Rahmen der Workshops und der Diskussion zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. 20 Plätze)

Dozent: Prof. Dr. Karsten Hadwich mit Mitarbeiter

Ansprechpartnerin: Denise Joecks-Laß (denise.joecks-lass@uni-hohenheim.de)



Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Hüttli-Maack): Current Topics in Consumer Behavior

Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights

Thematisch werden wir uns im Seminar mit **der Wirkung von multilingualen Produktverpackungen und multilingualer Produktkommunikation** befassen. In diesem Zusammenhang wird auch der sog. **Foreign-Language-Effekt** thematisiert. Zu diesen Themenbereichen werden **empirische Projektarbeiten** in Teams durchgeführt, d.h. die Studierenden führen, in Abstimmung mit dem/der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter/in, eine empirische Studie durch.

Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekanntgegeben

- Kick-off Informationsveranstaltung Mitte Oktober 2019
- SPSS-Einführung und SPSS-Test Mitte Oktober 2019
- Abgabe der Seminararbeit Januar 2020
- Präsentation der Arbeit Januar 2020

- Die Seminarsprache ist **ENGLISCH**.
- Die Bearbeitung findet in **Kleingruppen** statt.
- Eine **Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung** führt automatisch zum **Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz**.
- Wir setzen die Bereitschaft zur Einarbeitung in SPSS (Statistikprogramm) voraus.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **schriftlichen Ausarbeitung**, einer **Abschlusspräsentation** sowie einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der **Diskussion** zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **18** Plätze).
- Ansprechpartner: Rafael Munz (rafael.munz@uni-hohenheim.de)