



# MARKETING

Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack



# SCHWERPUNKT MARKETING

Der Studienschwerpunkt **Marketing** bietet Dir...

- Eine **umfassende** und **moderne** Marketingausbildung.
- **Fundierte Kenntnisse** zu Marketingkonzepten, Marktforschung, Konsumentenverhalten sowie Kommunikations- und Verhandlungsstrategien.
- **Praxisorientierte Lehrinhalte**, Die Dich darauf vorbereiten, Marketingstrategien in realen geschäftlichen Kontexten zu entwickeln.



Dieser Studienschwerpunkt bietet Dir mit einem großen Netzwerk an Praxispartnern eine ideale Grundlage für eine Karriere, sowohl im traditionellen als auch im digitalen Marketingumfeld (wie bspw. Social Media Marketing).

**Du kannst einsteigen als:** Brand Manager\*in, Product Manager\*in, Social Media Manager\*in, Event Marketing Manager\*in, Market Analyst, Market Research Consultant, uvm.

# BETEILIGTE FACHGEBIETE



Dienstleistungsmanagement  
(Prof. Dr. Karsten Hadwich)



Marketing und Konsumentenverhalten  
(Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack)



Marketing und Business Development  
(Prof. Dr. Markus Voeth)



Unternehmensgründungen und  
Unternehmertum  
(Prof. Dr. Andreas Kuckertz)



Innovationsmanagement  
(Prof. Dr. Bernd Ebersberger)



Wirtschaftsethik  
(Prof. Dr. Matthias Uhl)

# MODULÜBERSICHT

## 1 Pflichtmodul

## 6 Wahlmodule

## 2 Pflichtseminare

| Modulcode                                                       | Modul                                               | Verb. | empfohl. Semester | Leistung  | Lehrveranstaltung                                   | Art | SWS | Credits |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------|-------------------|-----------|-----------------------------------------------------|-----|-----|---------|
| 5704-450                                                        | Strukturgleichungsmodellierung im Marketing         | P     | 1.                | K/ÜL      | Strukturgleichungsmodellierung im Marketing         | VÜ  | 3   | 6 (PL)  |
| 5706-450                                                        | Qualitative Methods in Business Research            | W     | 1.                | K         | Qualitative Methods in Business Research            | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| 5701-460                                                        | Verhandlungsmanagement                              | W     | 1.                | K         | Verhandlungsmanagement                              | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| 5701-560                                                        | Anwendungen und Methoden des Verhandlungsmanagement | W     | 2.                | K         | Anwendungen und Methoden des Verhandlungsmanagement | VÜ  | 3   | 6(SL)   |
| 5701-620                                                        | B-2-B-Marketing und Business Development            | W     | 3.                | K         | B-2-B-Marketing und Business Development            | VÜ  | 3   | 6(SL)   |
| 5701-540                                                        | Branding                                            | W     | 2.                | K         | Branding                                            | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| 5705-510                                                        | Consumer Behavior                                   | W     | 2.                | K         | Consumer Behavior                                   | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| 5704-530                                                        | Relationship Management                             | W     | 2.                | K         | Relationship Management                             | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| 5704-610                                                        | Dienstleistungsmarketing                            | W     | 3.                | K/HA      | Dienstleistungsmarketing                            | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| 5703-430                                                        | Entrepreneurial Marketing                           | W     | 3.                | K/ÜL      | Entrepreneurial Marketing                           | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| 5604-410                                                        | Behavioral Business Ethics                          | W     | 4.                | K         | Behavioral Business Ethics                          | VÜ  | 3   | 6(SL)   |
| 5701-710                                                        | Hot Topics des Marketing                            | W     | 4.                | K         | Hot Topics des Marketing                            | VÜ  | 3   | 6 (SL)  |
| <b>Schwerpunktseminare (mind. zwei Seminare sind zu wählen)</b> |                                                     |       |                   |           |                                                     |     |     |         |
| 5701-630                                                        | Schwerpunktseminar Marketing Management             | P     | 3.                | HA<br>REF | Schwerpunktseminar Marketing Management             | S   | 2   | 6 (SL)  |
| 5701-440                                                        | Schwerpunktseminar Marketing                        | P     | 4.                | HA<br>REF | Schwerpunktseminar Marketing                        | S   | 2   | 6 (SL)  |

# INTEGRIERTES LEHRPROGRAMM

- **Marketing Management:** fokussiert darauf, Strategien und Taktiken aus Unternehmenssicht zu verstehen und zu entwickeln
- **Marketing Research:** beschäftigt sich mit der Erforschung des Einflusses von Marketing auf Verbraucherverhalten und dem Markterfolg von Maßnahmen

Zudem integrieren wir vier verschiedene **Perspektiven**, die ein umfassendes Verständnis gewährleisten:

- **Methodological,**
- **Behavioral,**
- **Strategic,** und
- **Industry (Sector) Perspective**



# MODULÜBERSICHT

## MODULE

- Strukturgleichungsmodellierung im Marketing <sup>M</sup>
- Qualitative Methods in Business Research <sup>M, B</sup>
- Consumer Behavior <sup>M, B</sup>

### Marketing Research

- Branding <sup>B, S</sup>
- Relationship Management <sup>S</sup>
- Entrepreneurial Marketing <sup>S, I</sup>
- Dienstleistungsmarketing <sup>S, I</sup>
- B-to-B-Marketing & Business Development <sup>S, I</sup>
- Verhandlungsmanagement <sup>M, S</sup>
- Anwendungen und Methoden des Verhandlungsmanagements <sup>M, S</sup>
- Behavioral Business Ethics <sup>B, S</sup>

### Marketing Management

M = Methodological perspective, B = Behavioral perspective, S = Strategic perspective, I = Industry/sector perspective

# SEMINARE

- Die Vergabe von Seminarplätzen ist im Schwerpunkt Marketing über ein **zentrales Vergabeverfahren** geregelt. Das Verfahren wird vom Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E) gesteuert.
- Die Studierenden erhalten eine Übersicht mit den Seminaren. Anschließend nehmen sie im Anmeldezeitraum (15.12. – 15.01. bzw. 15.06. – 15.07.)\* an einer Umfrage teil und geben Präferenzen an.
- Nach dem Anmeldezeitraum werden die Studierenden einem Seminar zugeteilt und informiert.

\* Siehe [Website des Lehrstuhls](#) für aktuelle Informationen.

## Beispielhafte Seminarthemen aus den letzten Semestern:

- Anwendungspotenziale Künstlicher Intelligenz im Marketing (Lehrstuhl Voeth, 570A)
- Systematic Literature Reviews zur digitalen Transformation in der Serviceforschung (Lehrstuhl Hadwich, 570D)
- Sustainability Communication @BOSCH (Lehrstuhl Hüttl-Maack, 570E)
- Managing Sustainable Behavior Change (Lehrstuhl Henn, 560G)



## Big Mountain - Verhandlungssimulation



## Seminar Current Topics in Consumer Behavior (Bsp: Sustainability Communication@BOSCH)



## Spannende Gastvorträge



## Data-Driven Digital Marketing

Guest Lecture University of Hohenheim



# MASTERARBEITEN

- Die Vergabe von Masterarbeiten ist im Schwerpunkt Marketing über ein **zentrales Vergabeverfahren** geregelt. Das Verfahren wird vom Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E) gesteuert.
- In einer **Informationsveranstaltung** (vsl. Nov bzw. Mai) stellen sich die beteiligten Lehrstühle mit ihren Themengebieten vor. Anschließend nehmen die Studierenden im Anmeldezeitraum (15.01. – 15.02. bzw. 15.06. – 15.07.)\* an einer Umfrage teil und geben ihre Präferenzen bezüglich der Lehrstühle an.
- Falls eine Direktabsprache gewünscht ist, müssen die Studierenden rechtzeitig mit dem gewünschten Lehrstuhl in Kontakt treten.

\* Siehe [Website des Lehrstuhls](#) für aktuelle Informationen.

## Beteiligte Lehrstühle:

- Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement (570D)
- Lehrstuhl für Marketing & Business Development (570A)
- Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E)

# ANSPRECHPARTNERIN



## **Louisa Herbst, M.Sc.**

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E)

Geb. 04.44, Zimmer 026-1

Tel: +49 (0)711 459 24767

[louisa.herbst@uni-hohenheim.de](mailto:louisa.herbst@uni-hohenheim.de)

Sprechstunde nach Vereinbarung

Homepage: [muk.uni-hohenheim.de/](http://muk.uni-hohenheim.de/) → Präsentation wird online gestellt