



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Informationen zu den Seminarangeboten

MASTERSEMINARE IM SCHWERPUNKTBEREICH MARKETING

Wintersemester 2025/2026

SEMINAR 1: BIG MOUNTAIN – DAS BUSINESS GAME ZUM VERHANDLUNGSMANAGEMENT (LEHRSTUHL VOETH, 570A)*

Im Rahmen des Seminars wird das Verhandlungsplanspiel "**Big Mountain**" durchgeführt. Zu Beginn des Planspiels werden den Teilnehmern Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements vorgestellt. In verschiedenen aufeinander aufbauenden Runden werden Verhandlungen mit den anderen Parteien geführt. Die zuvor vorgestellten Tools und Instrumente sollen bei der **Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung** dieser Verhandlungsrunden angewendet werden. Durch die **praktische** Anwendung der Tools lernen die Teilnehmer, **komplexe Verhandlungssituationen** erfolgreich zu bewältigen. Zusätzlich erfolgt ein **individuelles Coaching** durch die Dozenten und Mitspieler, um das **individuelle** Verhandlungsverhalten zu **verbessern**.

Ablauf:

- Das Seminar findet voraussichtlich als Ski-/Snowboardseminar, **geblockt** an drei aufeinanderfolgenden Tagen, in einem Skigebiet statt. Der Termin, wie auch weitere Informationen, werden vor Semesterbeginn über die Website des Lehrstuhls für Marketing & Business Development bekannt gegeben.
- Es besteht **Anwesenheitspflicht** an den Seminartagen.
- Die Seminarleistung besteht aus der aktiven Mitarbeit, der zielführenden Anwendung der Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements sowie dem im Planspiel erzielten Ergebnis.
- Voraussetzung ist, dass **zuvor** bzw. **parallel** die Master-Vorlesung „**Verhandlungsmanagement**“ belegt wird.
- Darüber hinaus können aus Sicherheitsgründen nur **geübte Ski-/Snowboardfahrer*innen** an dem Seminar teilnehmen; vor Ort besteht Ski-/Snowboardfahrpflicht.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. **16** Personen begrenzt
- Das Seminar findet in **deutscher** Sprache statt.
- Der Lehrstuhl übernimmt einen Teil der Kosten. Der Eigenanteil für das Seminar beträgt zwischen 250 und 300 Euro (beinhaltet Unterkunft, Transport, Frühstück/ Abendessen und Skipässe).
- Ansprechpartner: Nicolai Mack (nicolai.mack@uni-hohenheim.de).

Anrechenbar für Marketing

Anrechenbar für M&M

* Seminar ebenfalls anrechenbar für den alten Schwerpunktbereich Marketing & Management.

SEMINAR 2: HELLO FUTURE – WIE KI, CHATBOTS & BIG DATA DAS KUNDENERLEBNIS VERÄNDERN (LEHRSTUHL HADWICH, 570D)*

Digitale Technologien prägen zunehmend die Art und Weise, wie Dienstleistungen gestaltet, erbracht und erlebt werden. In diesem Masterseminar beschäftigen sich Studierende mit aktuellen Entwicklungen im digitalen Service Management und analysieren zentrale Forschungsthemen an der Schnittstelle von Technologie, Innovation und Kundenorientierung. Im Fokus stehen drei hochrelevante Themenfelder: (1) Anwendung neuer Technologien zur Serviceinnovation, z. B. Internet of Things (IoT), Künstliche Intelligenz (KI) und Blockchain, (2) Nutzung von Chatbots und Sprachassistenten im Kundenservice, (3) Einsatz von Big Data zur Entwicklung digitaler, hyperpersonalisierter Innovationen.

Das Seminar bietet die Möglichkeit, diese Themen vertieft zu untersuchen, aktuelle Forschungstrends kennenzulernen und eigene Fragestellungen zu entwickeln. Die systematische Literaturanalyse (Systematic Literature Review) dient dabei als methodisches Fundament. Begleitet wird das Seminar durch ein „Flipped Classroom“-Konzept: Nach der Kick-Off-Veranstaltung wechseln sich Selbstlernphasen und Feedbackgespräche ab. Für jede Selbstlernphase stehen Lerneinheiten zur Verfügung, die sich an den drei übergeordneten Prozessschritten des sogenannten SPAR-4-Protokolls (Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews) von Paul et al. (2021) orientieren. Auf Basis dieser Lerneinheiten und eines vorgegeben Themas durchlaufen die Studierenden in Kleingruppen selbstständig den Arbeitsprozess zur Anfertigung einer systematischen Literaturanalyse. Nach jedem Gespräch haben die Studierenden die Möglichkeit basierend auf dem Feedback der Dozierenden eine Anpassung/Überarbeitung der systematischen Literaturanalyse vorzunehmen. Im Anschluss daran findet eine Abschlusspräsentation statt. Die Abgabe der systematischen Literaturanalyse erfolgt zwei Wochen danach. Nach Abgabe der Systematischen Literaturanalyse nehmen die Studierenden abschließend noch ein Peer-Feedback vor. Dazu bewertet jede Gruppe auf Basis eines vorgegebenen Kriterienkatalogs anonym die Systematische Literaturanalyse einer anderen Gruppe. Das Seminar richtet sich an alle Masterstudierenden, die sich für digitale Serviceinnovationen interessieren und gleichzeitig ihre wissenschaftlichen Kompetenzen gezielt ausbauen möchten – etwa im Hinblick auf die Masterarbeit.

Ablauf:

- Das Seminar umfasst eine Kick-Off Veranstaltung (Oktober 2025), drei individuelle Gruppentermine (Oktober/November 2025) und die Abschlusspräsentation (Januar 2026). Die Abgabe der systematischen Literaturanalyse erfolgt ca. zwei Wochen nach der Abschlusspräsentation (Januar 2026). Die Abgabe des Peer-Feedback ca. zwei nach Abgabe der systematischen Literaturanalyse (Januar/Februar 2026). Genaue Termine werden im Kick-Off bekannt gegeben.
- Das Seminar findet in Präsenz sowie durch begleitende Zoom-Termine statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Terminen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 30 Personen begrenzt. Die Teilnehmer*innen werden in Kleingruppen eingeteilt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer Abschlusspräsentation, einer systematischen Literaturanalyse sowie einem Peer-Feedback.
- Dozierende: Prof. Dr. Karsten Hadwich, Dr. Maxim Saleschus (Ansprechpartner, maxim.saleschus@uni-hohenheim.de)

* Seminar ebenfalls anrechenbar für den alten Schwerpunktbereich Marketing & Management.

Anrechenbar für Marketing

Anrechenbar für M&M

SEMINAR 3: CURRENT TOPICS IN CONSUMER BEHAVIOR – SUSTAINABILITY COMMUNICATION (LEHRSTUHL HÜTTL-MAACK, 570E)*

Im Rahmen des Seminars wird eine **aktuelle Fragestellung** im Bereich **Consumer Behavior und Nachhaltigkeitskommunikation** bearbeitet. Das genaue Thema orientiert sich i.d.R. an unseren Forschungsschwerpunkten (siehe Homepage). Mögliche thematische Schwerpunkte könnten beispielsweise der Einsatz narrativer Elemente, die sprachliche Gestaltung in nachhaltigen Werbeanzeigen oder Kommunikationsansätze im Kontext der Kreislaufwirtschaft sein. Zu diesem „Current Topic“ werden **empirische Projektarbeiten** in Teams durchgeführt. Die Studierenden konzipieren und realisieren, in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin, eine eigene **empirische Studie**.

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

Kick-off Informationsveranstaltung
SPSS-Einführung
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

Mitte Oktober 2025
Digital über ILIAS (asynchron)
Mitte/Ende Januar 2026
Mitte/Ende Januar 2026

Ablauf:

- 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 auf 20 Plätze begrenzt (6 Plätze für Studierende im Schwerpunkt Marketing & Management – alte Prüfungsordnung, 14 Plätze für Studierende im Schwerpunkt Marketing – neue Prüfungsordnung).
- Ansprechpartnerin: Louisa Herbst (louisa.herbst@uni-hohenheim.de)

Anrechenbar für Marketing

Anrechenbar für M&M

* Seminar ebenfalls anrechenbar für den alten Schwerpunktbereich Marketing & Management.

SEMINAR 4: EMPATHISCHE KI ALS SERVICEMITARBEITER BEI SOZIALEN UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTEN IN PERSÖNLICHEN KRISENSITUATIONEN (LEHRSTUHL BÜTTGEN, 570B)*

Künstliche Intelligenz (KI) spielt eine zunehmend zentrale Rolle in unserer Gesellschaft und hält Einzug in immer mehr Lebensbereiche – auch in sensiblen sozialen Kontexten. Besonders im Dienstleistungssektor wächst der Anspruch, nicht nur funktionale, sondern auch emotional unterstützende Systeme zu entwickeln. Um Menschen in belastenden Situationen adäquat zu begleiten bzw. zu unterstützen, bedarf es einer „führenden“ bzw. **empathischen KI** (Bagozzi et al., 2022).

Im Zentrum dieses Seminars steht die Frage, wie empathische KI in **persönlichen Krisensituationen** – etwa bei Arbeitslosigkeit oder psychischer Belastung – eingesetzt werden kann. Dabei betrachten wir sowohl die Auswirkungen auf das emotionale Erleben von Bürger*innen und Kund*innen (z. B. wahrgenommene Unterstützung, Vertrauen) als auch die kommunikativen Anforderungen an solche Systeme.

Unterschiedliche Servicekontexte stellen unterschiedliche Anforderungen an KI. Während funktionale KI vorrangig Aufgaben automatisiert, kommt empathischer KI vor allem in der **Beziehungsbildung und emotionalen Unterstützung** eine Schlüsselrolle zu (Huang & Rust, 2021). In Krisenzeiten ist Empathie kein „Nice-to-have“, sondern ein grundlegendes soziales Bedürfnis – vergleichbar mit Sicherheit und physischer Versorgung (Dolamore et al., 2021).

Insbesondere staatliche Institutionen stehen vor der Herausforderung, **interaktive, sensible Kommunikationskanäle** zu schaffen (Dolamore et al. 2021) – auch im digitalen Raum. Die Fähigkeit, Gefühle von Bürger*innen zu erkennen und darauf angemessen zu reagieren, ist entscheidend für Vertrauen und Akzeptanz. Ob und in welchem Umfang diese Aufgabe von KI übernommen werden kann, wird im Seminar untersucht und kritisch diskutiert.

Das Seminar bietet einen interdisziplinären Zugang zum Thema und verknüpft theoretische Grundlagen mit aktuellen technischen Entwicklungen. Ziel ist es, die **Potenziale und Grenzen empathischer KI** im Bereich der Krisenhilfe zu verstehen und ihre **Implikationen für die Kundeninteraktion und Servicegestaltung** zu analysieren.

Die Teilnehmenden werden im Rahmen des Masterseminars im Wintersemester 2025/2026 einen Einblick in den wissenschaftlichen Forschungsprozess erhalten. Ziel ist es dabei, in 2er-Gruppen den aktuellen Forschungsstand im gegebenen Service-Kontext und in Bezug auf KI zu evaluieren. In den Präsenzterminen werden die Studierenden relevante Methoden zur Durchführung einer wissenschaftlichen/empirischen Arbeit und Basisliteratur kennenlernen sowie durch Plenumsdiskussionen unterstützt.

Ablauf:

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn und endet mit der Präsentation Ihrer Arbeiten zum Ende des Semesters.
- Das Seminar findet in Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen.
Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Teilnehmer*innen werden in Gruppen von 2 Personen eingeteilt. Die Teilnehmerzahl ist auf max. 20 Personen begrenzt.
- Die Seminarleistung besteht in der Erstellung einer Seminararbeit und der Abschlusspräsentation.
- Dozenten: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Melvin Rohn
- Ansprechpartner: Melvin Rohn (melvin.rohn@uni-hohenheim.de)

Anrechenbar für Marketing

Anrechenbar für OB & DBM

Anrechenbar für M&M

* Seminar ebenfalls anrechenbar für den alten Schwerpunktbereich Marketing & Management.

WICHTIGE HINWEISE

ACHTUNG: Bitte beachten Sie, dass es sich bei diesen Seminaren um das Angebot für den **Schwerpunktbereich „Marketing“** handelt (*neuer Schwerpunkt ab Studienbeginn Wintersemester 23/24*).

Sollten Sie sich für Seminare in anderen Schwerpunkten anmelden wollen, melden Sie sich bitte direkt bei den jeweiligen Ansprechpersonen:

... **im Schwerpunktbereich Organizational Behavior:** institut570b@uni-hohenheim.de

... **im Schwerpunktbereich Digital Business Management:** digital@uni-hohenheim.de

... **im Schwerpunktbereich Entrepreneurship, Innovation & Sustainability:** <https://entrepreneurship.uni-hohenheim.de>

ANMELDUNG ZUM SEMINAR

IM SCHWERPUNKTBEREICH MARKETING (NEUER SCHWERPUNKT)

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
• Die Anmeldung erfolgt über eine Umfrage. • Den Link zur Umfrage finden Sie weiter unten in der Präsentation oder auf der Website des Lehrstuhls für Marketing und Konsumentenverhalten (https://muk.uni-hohenheim.de/) • Die Anmeldung ist vom 20.06.2025 (10:00 Uhr) bis zum 20.07.2025 (23:59 Uhr) möglich • Jede/r Studierende äußert seine Präferenzen. • Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.	• Studierende, die sich in einem höheren Semester befinden, oder bei der letzten Anmeldung keinen Platz erhalten haben, werden bevorzugt berücksichtigt. (Bitte senden Sie dazu eine kurze Erinnerung an: louisa.herbst@uni-hohenheim.de) • Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz. • Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel nur einige Tage, bis die Studierenden über die Zuteilung informiert werden. • Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.	• Beachten Sie hierzu die jeweiligen Informationen und Rahmenbedingungen der einzelnen Seminarbeschreibungen.

ANMELDUNG ZUM SEMINAR

IM SCHWERPUNKTBEREICH MARKETING (NEUER SCHWERPUNKT)

Link zur Umfrage: <https://ww2.unipark.de/uc/seminare/marketing/2526/>



KONTAKT

Ansprechpartnerin zur Vergabe der Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing



Louisa Herbst

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E)

E-Mail: louisa.herbst@uni-hohenheim.de