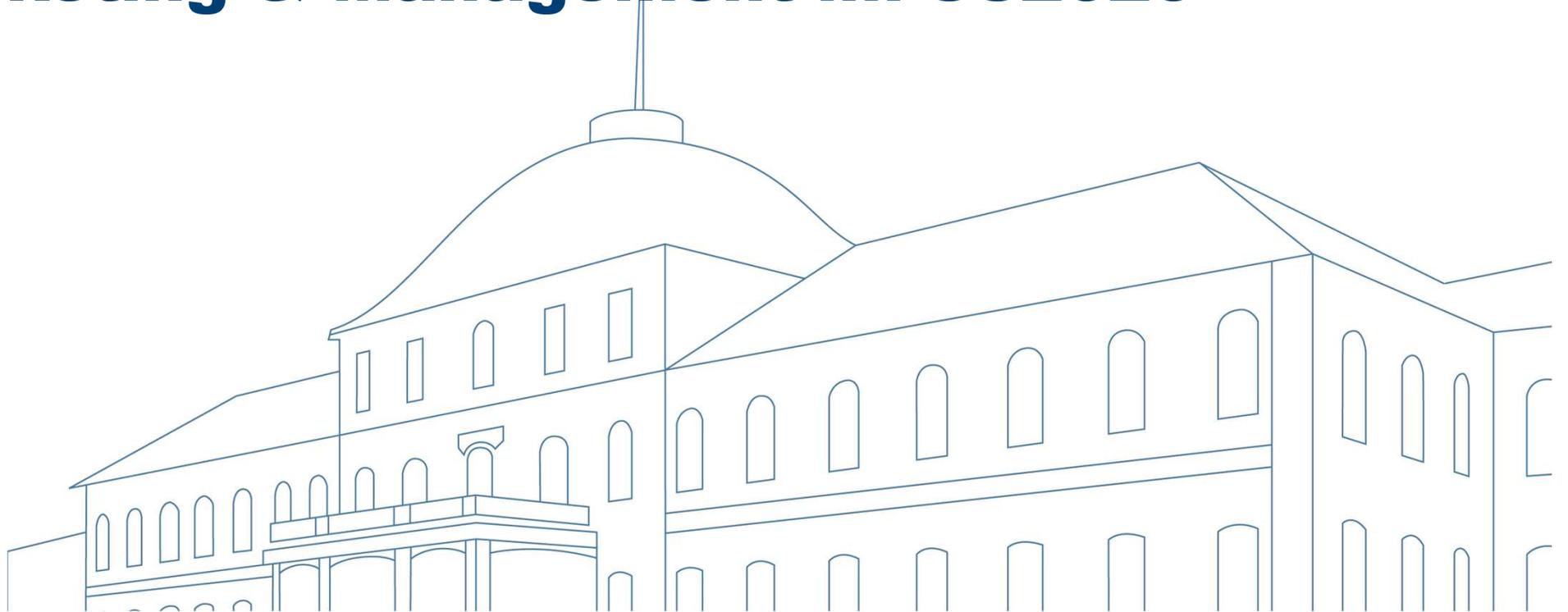




UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

# **Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management im SS2020**





UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

## Hinweis

Alle angebotenen Seminare lassen sich für die Schwerpunktfächer "Marketing", "Marketing & Management Insights" sowie "Management" gemäß der Prüfungsordnung vom 23.05.2016 problemlos anrechnen. Für Studentinnen und Studenten der neuen Prüfungsordnung vom 21.11.2018 gilt dies analog.



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

## Teilnahme

Teilnehmen können Sie über folgenden QR-Code bzw. Link:



<https://ww2.unipark.de/uc/masterseminareSS2020/>



## **Seminar 1 „Big Mountain – das Business Game zum Verhandlungsmanagement“ (Lehrstuhl Voeth)**

Im Rahmen des Seminars kommt das Verhandlungsplanspiel „Big Mountain“ zum Einsatz. Hierbei geht es um den Bau eines neuen Skilifts in einem Skiort in den Alpen. Für das Planspiel werden die Teilnehmer/innen in Teams eingeteilt und nehmen die Rolle einer bestimmten Partei (Skilift-Hersteller, Liftbetreiber, Hotellerie-Vertreter oder Gemeinde-Vertreter) ein. Zunächst werden den Teilnehmer/innen Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements vorgestellt. In verschiedenen, aufeinander aufbauenden Runden sind Verhandlungen mit jeweils anderen Parteien zu führen. Bei der Vorbereitung, Führung und Nachbereitung dieser Verhandlungsrunden sind die zuvor vorgestellten Tools und Instrumente einzusetzen und anzuwenden. Mittels der praktischen Anwendung der Tools lernen die Teilnehmer/innen, komplexe Verhandlungssituationen erfolgreich zu managen. Darüber hinaus wird das individuelle Verhandlungsverhalten verbessert, indem ein individuelles Coaching durch die Dozentinnen und Mitspieler/innen erfolgt.

### **Ablauf:**

- Das Seminar findet geblockt an zwei aufeinanderfolgenden Tagen statt.
- Der Termin wird vor Semesterbeginn über die Website des Lehrstuhls für Marketing & Business Development bekannt gegeben.
- Es besteht Anwesenheitspflicht.
- Die Seminarleistung besteht aus der aktiven Mitarbeit, der zielführenden Anwendung der Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements sowie dem im Planspiel erzielten Ergebnis.
- Es wird empfohlen, dass zuvor die Master-Vorlesung „Verhandlungsmanagement“ belegt wurde.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 16 Personen begrenzt.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozentin: Anke Degenhart mit Iris Pöschl
- Ansprechpartnerin: Anke Degenhart ([a.degenhart@uni-hohenheim.de](mailto:a.degenhart@uni-hohenheim.de))



## Seminar 2 „Look Who’s Talking – Analyse des Einflusses menschenähnlicher Eigenschaften von digitalen Assistenten auf Kundeneinstellungen und -verhalten“ (Lehrstuhl Büttgen)

Alexa, Cortana und andere **digitale Assistenten** sind für viele Konsumenten nicht mehr aus ihrem Alltag wegzudenken und haben damit eine neue Produktkategorie innerhalb der Consumer Technology etabliert (Brill et al., 2019). Sie werden als **dynamische Systeme** betrachtet, die die Fähigkeit besitzen, Kundenpräferenzen zu erlernen, Fragen zu beantworten, Empfehlungen zu geben und Aktionen auszuführen (Kumar et al., 2016; Hauswald et al., 2015). Obwohl die Hersteller den digitalen Assistenten kein klares Geschlecht zuweisen, ist auffällig, dass viele der digitalen Assistenten weibliche Stimmen und feminin anmutende Namen besitzen. Einige Studien konnten nachweisen, dass digitalen Assistenten häufig menschliche, insbesondere weibliche Eigenschaften zugesprochen werden und dies bei Konsumenten dazu führen kann, dass sie weniger Angst vor der Nutzung der Technologie haben (Habler et al. 2019; 1997; Woods, 2018). Vor diesem Hintergrund soll untersucht werden, wie sich der **Grad menschenähnlicher Eigenschaften** eines digitalen Assistenten auf Einstellung und Verhalten von Konsumenten gegenüber der Technologie auswirkt?

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden im Rahmen des Masterseminars im Sommersemester 2020 einen **Einblick** in den **wissenschaftlichen Forschungsprozess** erhalten. Ziel ist es dabei, in Kleingruppen geeignete Experimente zu konzeptualisieren und empirisch zu validieren. In den Präsenzterminen werden die Studierenden die notwendigen **Methoden zur Entwicklung und Durchführung eines Experiments kennenlernen** und durch **Plenumsdiskussionen unterstützt**.

### Ablauf:

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn und endet mit der Präsentation der Untersuchungsergebnisse zum Ende des Semesters.
- Das Seminar findet voraussichtlich in zweiwöchentlichen Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Teilnehmer werden in Gruppen von 4 Personen eingeteilt.
- Die Seminarleistung besteht aus den entsprechenden Präsentationen und einer schriftlichen Ausarbeitung (Kurzpaper).
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 16 Personen begrenzt.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozentin: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Julia Dicenta
- Ansprechpartnerin: Julia Dicenta ([j.dicenta@uni-hohenheim.de](mailto:j.dicenta@uni-hohenheim.de))



### **Seminar 3 „Understanding entrepreneurship applying a systematic literature review“ (Lehrstuhl Kuckertz)**

Entrepreneurship is a vibrant field of research with new topics and phenomena being introduced into the discussion every other day. It is thus necessary to take stock of recent developments on a regular and intersubjectively comprehensible basis. One method to achieve such a goal are so-called systematic literature reviews (SLRs) (Tranfield et al. 2003). Students will conduct SLRs on a suitable topic of individual choice. The class is therefore particularly interesting for those students who plan to conduct further research on entrepreneurial and innovative phenomena in the course of their master thesis.

#### **Procedure**

- The seminar will be conducted completely in English.
- Broad topics will be provided, participants select and develop the topics further.
- Responsible: Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz, Dr. Elisabeth Berger
- Dates: Kick-Off-Meeting at the beginning of the summer term, presentation of results before submission of final term paper during semester, final term paper due at the end of July 2019.
- Ten topics – ten students (max).
- Students are required to present the intermediary results, participate actively in class and submit a term paper.





## Seminar 5 „Current Topics in Consumer Behavior“ (Lehrstuhl Hüttli-Maack)

Im Rahmen des Seminars werden verschiedene **aktuelle Fragestellungen** aus dem Bereich Consumer Behavior bearbeitet. Diese Themen orientieren sich i.d.R. an unseren Forschungsthemen (siehe Homepage). Mögliche Themenbereiche können z.B. Produzenteninformationen auf Lebensmitteln oder mehrsprachige Produktverpackungen sein. Zu den „Current Topics“ 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 bekannt gegeben.

Kick-off Informationsveranstaltung	Anfang/Mitte April 2020
SPSS-Einführung und SPSS-Test	Anfang/Mitte April 2020
Abgabe der Seminararbeit	Juni/Juli 2020
Präsentation der Arbeit	Juni/Juli 2020

Nach alter PO ist das Seminar in den Schwerpunkten **Marketing und Marketing & Management Insights** anrechenbar.

- 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)



## Seminar 6 „Sustainability“ (Lehrstuhl Endrikat)

### Seminarthemen & Methodik

- Das Seminar richtet sich an Studierende, die sich vertiefend mit **aktuellen Fragestellungen des Nachhaltigkeitsmanagements und Corporate Social Responsibility** beschäftigen wollen. Der Schwerpunkt wird dabei auf aktuelle wissenschaftliche Diskussionen in diesen Gebieten und auf die Auseinandersetzung mit **aktueller empirischer Literatur** gelegt.
- Unter Anleitung und Beratung durch die Lehrenden sollen die Studierenden üben, komplexe Sachverhalte auf knappem Raum **schriftlich** und in streng begrenzter Redezeit **mündlich** vor einem fachkundigen und kritischen Publikum gewinnend darzustellen. Neben dem Erwerb von wissenschaftlichem Fachwissen bietet das Seminar den Studierenden somit die Möglichkeit, kommunikative Fähigkeiten und andere Soft Skills zu verbessern, die im späteren Berufsalltag wichtig sind.

### Organisatorisches

- Inhaltlich verantwortlich: Dr. JAN ENDRIKAT
- 4 einführende Termine zu Beginn des Sommersemesters (werden rechtzeitig angekündigt)
- Individuelle Besprechungstermine mit dem Dozent während des Sommersemesters
- Präsentationen gegen Ende der Vorlesungszeit des Sommersemesters

### Basisliteratur (als Hintergrund für alle Themen)

Etzion, D. 2007. Research on organizations and the natural environment, 1992-Present: A review. *Journal of Management*, 33(4): 637-664.

Aguinis, H. & Glavas, A. 2012. What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4): 932-968.

Russo, M. V. & Minto, A. 2012. Competitive strategy and the environment: A field of inquiry emerges. In P. Bansal & A. J. Hoffman (Eds.), *The Oxford Handbook on Business and the Natural Environment*: 29-49. Oxford: University Press.

**Für die einzelnen Themen wird spezifische Literatur in den jeweiligen Seminarunterlagen (ILIAS) zur Verfügung gestellt.**



## Anmeldung zum Seminar im Schwerpunktbereich Marketing & Management im Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none"><li>• Anmeldung für Masterstudierende über die Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (<a href="https://uf-lehre.uni-hohenheim.de">https://uf-lehre.uni-hohenheim.de</a>)</li><li>• Anmeldung vom <b>19.12.2019</b> bis <b>19.01.2020</b> (Anmeldung am <b>19.12.2019 ab 10.00 Uhr</b> freigeschaltet und endet am <b>19.01.2020 um 10.00 Uhr</b>)</li><li>• Jeder Studierende äußert seine Präferenzen.</li><li>• Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Studierende, die sich in einem höheren Semester befinden, werden bevorzugt berücksichtigt.</li><li>• Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz.</li><li>• Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel <b>nur einige Tage</b>, bis die Studierenden über <b>die Zuteilung</b> informiert werden.</li><li>• Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beachten Sie hierzu die jeweiligen Informationen und Rahmenbedingungen der einzelnen Seminarbeschreibungen.</li></ul>



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

## ■ Ansprechpartner zur Vergabe der Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management



**Thai Tam DUONG**

---

Wissenschaftlicher Mitarbeiter  
Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)  
Tel.: 0711 / 459-23787  
E-Mail: [thai.duong@uni-hohenheim.de](mailto:thai.duong@uni-hohenheim.de)

