



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

# **Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management im SoSe 2023**

## **Infos zu den Seminarangeboten**





## Seminar 1: „Plaudern wir noch oder verhandeln wir schon? – Ein Seminar zu Verhandlungstaktiken ” (Lehrstuhl Voeth, 570A)

Ein wesentliches Differenzierungskriterium von Verhandlungen stellt der **Latenzgrad** dar. Bei latenten Verhandlungsepisoden ist den Akteuren nicht bewusst, dass sie sich in einer Verhandlungssituation befinden. Verhandlungsepisoden bewusst latent ablaufen zu lassen, kann eine **erfolgreiche Verhandlungstaktik** sein. Indem nicht kommuniziert wird, dass man sich bereits in einer Verhandlungssituation befindet, wird es häufig einfacher möglich, wichtige Vorfestlegungen abzusprechen oder sogar Zugeständnisse zu erhalten. Um ein **latentes Setting** zu erzeugen, gibt es **verschiedene Stellhebel**, die verändert werden können. Beispielsweise wird ein informelleres Setting gewählt (ein Gespräch in der Kaffeeküche) oder die Beeinflussung geht nicht vom Verhandlungspartner selbst aus, sondern geschieht über eine Drittperson. Dabei ist bisher unklar, **welche Ausgestaltungsmöglichkeiten am erfolgversprechendsten sind**. Diese Frage soll im Rahmen des Seminars beantwortet werden.

Im Rahmen des Masterseminars im Sommersemester 2023 lernen die Studierenden zunächst **unterschiedliche Verhandlungstaktiken und –strategien** kennen sowie unterschiedliche **Merkmale von latenten Verhandlungssituationen**. Danach werden aus den Merkmalen verschiedene Konstellationen entworfen, welche anschließend Verhandlungspraktikern vorgelegt werden. Diese sollen nun bestimmen, welche Konstellationen sie als besonders erfolgversprechend einschätzen. Mithilfe der HILCA (Hierarchische Individualisierte Limit Conjoint-Analyse) kann anschließend bestimmt werden, wie erfolgsversprechend die einzelnen Merkmale für die Gestaltung der latenten Verhandlung sind. Ausgewertet werden die Ergebnisse mithilfe einer vom Lehrstuhl bereitgestellten Conjoint-Software.

### Ablauf:

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn und endet mit der Abgabe der Seminararbeit zum Ende des Semesters.
- Das Seminar findet in Blocksitzungen (ca. 4 Termine) statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Als Seminarleistung müssen jeweils 10 Conjoint-Interviews mit Verhandlungspraktikern geführt werden und eine schriftliche Ausarbeitung angefertigt werden (Seminararbeit). Die Ausarbeitung kann in Einzelarbeit oder in Kleingruppen erbracht werden (2-3 Personen).
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 15 Personen begrenzt.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozentin: Sabrina Marx (M.A.)
- Ansprechpartnerin: Sabrina Marx (sabrina.marx@uni-hohenheim.de)



## Seminar 2: „That’s what I need - Co-Design einer studienbegleitenden App” (Lehrstuhl Büttgen, 570B)

Aktuelle Studien belegen, dass etwa 80 Prozent aller Studierenden **Tendenzen zur Prokrastination** aufweisen (Fentaw et al. 2022) und ca. 53 Prozent während ihres Studiums bereits mindestens einmal **unter Prüfungsangst litten** (Deutsches Studentenwerk 2019). Vor diesem Hintergrund entwickelte das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) gemeinsam mit dem Institut für Psychologie der Uni Greifswald in den letzten zwei Jahren eine Chatbot-basierte App, die Studierende bei diesen Themen als erste Anlaufstelle dienen kann. Da es sich bei der App (Launch im Januar 2023), um eine erste Version handelt, ist das Ziel des vorliegenden Seminars, Studierende im Rahmen eines **Co-Design-Projekts** als Expert\*innen ihrer eigenen Erfahrungen in den Verbesserungsprozess einzubinden. **Co-Design** ist eine Methode, die ein breites Spektrum an Praktiken umfasst, die darauf abzielen, Nutzer\*innen zu kompetenten Mitgliedern eines Designteams zu machen. Die Teilnehmer\*innen sollen dabei Bedürfnisse von Studierenden in Bezug auf das Studium und die App identifizieren sowie **konkrete Ideen und Verbesserungsvorschläge erarbeiten**. Dieser Prozess wird durch wissenschaftlich basierte Analysen begleitet.

Die Teilnehmer\*innen werden im Rahmen des Masterseminars im Sommersemester 2023 einen **Einblick** in den **wissenschaftlichen Forschungsprozess** erhalten. Ziel ist es dabei, in Kleingruppen eine bereits bestehende App für Studierende (eventuell in Kooperation mit Studierenden des KIT) durch einen Co-Design-Prozess zu verbessern und diesen Co-Design-Prozess anschließend zu evaluieren. In den Präsenzterminen werden die Studierenden relevante **Methoden zur Durchführung und Auswertung empirischer Untersuchungen 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. Die momentane Planung sieht vor, dass ein Großteil der Veranstaltungen bereits am Anfang des Semesters stattfinden werden.
- Das Seminar findet in (digitalen) 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 5-6 Personen eingeteilt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer Abschlusspräsentation und einer Template Analyse (keine Seminararbeit).
- 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)



## Seminar 3: „Prototyp der Zukunft – Science, Fiction und Entrepreneurship“ (Lehrstuhl Kuckertz, 570C)

### Thema

Technologische Fortschritte verändern in einem rasanten Tempo die Gegenwart. Das Zusammenspiel aus wissenschaftlichen Entdeckungen und unternehmerischer Gestaltung treibt **radikale Veränderungen**. Um die Zukunft zum Besseren zu gestalten, bedarf es daher einer **unternehmerischen Vision** (Suddaby et al., 2021). Weil die Zukunft nur schwer vorherzusagen ist, schlagen Kreativität und Vorstellungskraft eine **Brücke aus der Gegenwart in eine mögliche Zukunft**. Eine aufsteigende Methode der Zukunftsforschung ist dabei der „**Science Fiction Prototype**“ – die Vorstellung eines unternehmerischen Zukunftsszenarios basierend auf technologischen Entdeckungen der Gegenwart (Bell et al., 2013). Beispielsweise visionierte der Schriftsteller Neal Stephenson bereits im Jahr 1991 in einem Roman das **Metaverse** und die Kult-Serie **StarTrek** inspirierte nachfolgende technologische Entwicklungen wie das **iPad**. In diesem Seminar lernen Sie Techniken und Instrumente der Zukunftsforschung kennen und entwerfen anhand einer etablierten Methode unternehmerische Zukunftsvisionen.

### Ablauf

- Das Seminar beinhaltet eine zweitägige Exkursion in das Zukunftsmuseum Nürnberg (das Fachgebiet übernimmt 80% der Kosten für Eintritt, Fahrt und Übernachtung).
- Verantwortlich: Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz, Dr. Leif Brändle.
- Termine: Kick-Off-Treffen zu Beginn des Sommersemesters, Exkursion vorauss. Mai/Juni, Abschlusspräsentation im Juli.
- Teilnehmerzahl: Fünfzehn Studierende
- Benotet wird die Postererstellung und -präsentation sowie die Mitarbeit an den jeweiligen Terminen.

### Literatur

- Bell, F., Fletcher, G., Greenhill, A., Griffiths, M., & McLean, R. (2013). Science fiction prototypes: Visionary technology narratives between futures. *Futures*, 50, 5-14.
- Suddaby, R., Israelsen, T., Mitchell, J. R., & Lim, D. S. (2021). Entrepreneurial Visions as Rhetorical History: A Diegetic Narrative Model of Stakeholder Enrollment. *Academy of Management Review*.



## Seminar 4: „Smart Services im Dienstleistungsmanagement“ (Lehrstuhl Hadwich, 570D)

Unternehmen entdecken zunehmend das Potenzial von datenbasierten, digitalen Dienstleistungsangeboten, um ihren Kunden maßgeschneiderte Erlebnisse zu ermöglichen. Diese Smart Services funktionieren dabei als autonomes Bindeglied innerhalb neuer, komplexer Austauschbeziehungen zwischen Anbieter und Kunde. Aus der Anbieterperspektive rücken bei der Implementierung von Smart Services vor allem Fragestellungen bezüglich der Gestaltung der Mensch-Maschine-Interaktion und der Schaffung von kundenseitiger Akzeptanz der smarten Serviceangebote in den Vordergrund. Entsprechende Fragestellungen des Konsumentenverhaltens werden von den Studierenden eigenständig anhand der Methode der Strukturgleichungsmodellierung untersucht.

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

Kick-Off	April 2023
4 Workshops	April - Juni 2023
Präsentation der Arbeit	Juni 2023
Abgabe der Seminararbeit	Juli 2023

- 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. 18 Plätze)
- Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing- & Management-Insights

Dozent: Prof. Dr. Karsten Hadwich mit Maxim Saleschus und Daniel Ruthardt

Ansprechpartner: Maxim Saleschus und Daniel Ruthardt



## Seminar 5: „Current Topics in Consumer Behavior“ (Lehrstuhl Hüttli-Maack, 570E)

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. nachhaltiges Konsumentenverhalten, Sprachen in der Produktkommunikation oder Anthropomorphismus (=Vermenschlichung) im Werbekontext 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  
SPSS-Einführung und SPSS-Test  
Abgabe der Seminararbeit  
Präsentation der Arbeit

Mitte April 2023  
Ende April/Anfang Mai 2023  
Ende Juni/Anfang Juli 2023  
Ende Juni/Anfang Juli 2023

- 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. **9 Plätze**).
- Ansprechpartnerin: **Katharina Saile** (katharina.saile@uni-hohenheim.de)



## Seminar 6: „Ethics in AI“ (Lehrstühle Ruiner und Gimpel, 560F & 570G)

**Organisationen** sind im Zuge der Digitalisierung und durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) mit **grundlegenden Veränderungen** und komplexen Fragestellungen konfrontiert. Insbesondere durch die Nutzung von und durch die Interaktion mit KI werden die Arbeitsprozesse und die Zusammenarbeit in Organisationen beeinflusst. Zentrale sind die **ethische und sozialverträgliche Gestaltung** sowie deren entsprechender Einsatz im Arbeitskontext. Über den Einsatz von KI im Arbeitsalltag, der damit einhergehenden Diskussion zur Ersetzbarkeit von Berufen, zur Beeinflussung von Kontrollmöglichkeiten und -wahrnehmungen bis hin zur Gestaltung der Human-Computer Interaction (HCI) wird der Einsatz von KI an konkreten und aktuellen **Anwendungsbeispielen** der Medizin, des Verkehrs und der Logistik sowie der Personalauswahl und weiteren systemrelevanten Einsatzgebieten wie Polizei und Feuerwehr mit den Studierenden diskutiert. Vor diesem Hintergrund werden im Seminar verschiedene, relevante Fragestellungen hinsichtlich der ethischen Gestaltung (des Einsatzes) von KI im Arbeitskontext reflektiert.

Die Teilnehmenden werden im Rahmen des Masterseminars im Sommersemester 2023 einen Einblick in die aktuelle internationale **wissenschaftliche Diskussion zur ethischen Gestaltung des Einsatzes von KI** erhalten. Die Seminararbeit soll konkrete Themen zu ethischen Fragen des Einsatzes von KI behandeln.

Das Seminar findet semesterbegleitend statt (in Präsenz, ggf. hybrid). Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.

Kick-off Informationsveranstaltung  
Präsentationen  
Abgabe der Seminararbeit

April 2023  
Juni-Juli 2023  
August 2023

- Seminarsprachen sind deutsch und englisch.
- Die Erstellung der Seminararbeiten erfolgt **alleine oder in Kleingruppen**.
- Die Seminarleistung besteht aus **Präsentationen**, einer **aktiven Teilnahme** an den **Diskussionen** sowie der **Seminararbeit**. Benotet wird nur die Seminararbeit.
- Wir denken darüber nach, wie die Seminararbeiten (mit Einverständnis der Studierenden) auch öffentlich verfügbar gemacht werden können.
- Die Anzahl der Teilnehmenden ist begrenzt (max. **30** Plätze).
- Ansprechpartner:innen: Prof. Dr. Caroline Ruiner ([caroline.ruiner@uni-hohenheim.de](mailto:caroline.ruiner@uni-hohenheim.de)), Prof. Dr. Henner Gimpel ([henner.gimpel@uni-hohenheim.de](mailto:henner.gimpel@uni-hohenheim.de)), Christopher Zirnic ([christopher.zirnic@uni-hohenheim.de](mailto:christopher.zirnic@uni-hohenheim.de)) und Mona Bardmann ([mona.bardmann@uni-hohenheim.de](mailto:mona.bardmann@uni-hohenheim.de))



## Seminar 7: “Diversity in Organizations” (Lehrstuhl Fasbender, 560E)

- Why is diversity good for business? How can organizations create more inclusive environments? Why does the gender pay gap persist? This seminar will explore these and other questions by introducing students to a range of theoretical and applied approaches; so students can analyze diversity in organizations and then design, evaluate and implement strategies to manage workforce diversity.
- This seminar will review core theories to explain why diversity and inclusion issues persist in organizations and how to manage a diverse workforce effectively. For example, how can organizations retain near-retirement aged workers? What are inclusive organizational cultures and practices? Why do some professions continue to be male or female-dominated?
- The seminar will explore how to apply theory to practice through the design and implementation of effective diversity initiatives to improve diversity management and achieve business goals. This will be achieved through a student-based consultancy report, where students will develop an evidence-based diversity proposal for a real public sector German organization.
- The seminar will probably take place in presence in the form of a weekly event.
  - Weekly event \*Tuesday, from 10:00 to 12:00
  - Attendance at the seminar is required for a passing performance evaluation (a maximum of 2 absences are allowed)
- The performance assessment will consist of two components:
  - Diversity presentation (small group)-50%.
  - Evidence-based consultancy presentation/report (individual)-50%.
- The number of participants is limited (max. 20).
- Lecturers: Prof. Dr. Ulrike Fasbender, America Harris, MBA, M.Sc.
- Language: English
- *\*The dates given are provisional and may change before the start of the semester.*



## Seminar 8: „Arbeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ (Lehrstuhl Ruiner, 560F)

Die Arbeitswelt befindet sich derzeit im Spannungsverhältnis zweier Megatrends: der Digitalisierung und der Nachhaltigkeit. Das Zusammenwirken dieser beiden Entwicklungen, das auch als „**Twin Transition**“ bezeichnet wird, hat fundamentalen Einfluss auf die Arbeitswelt. Durch den Einsatz digitaler Technologien verändern sich nicht nur Arbeitsprozesse und Arbeitsanforderungen, es entstehen auch neue Organisationsformen und Geschäftsfelder. Vor diesem Hintergrund sind Digitalisierung und Nachhaltigkeit eng miteinander verbunden, als das digitale Technologien einerseits mit einem erhöhten Ressourcenbedarf einhergehen, durch sie andererseits aber auch nachhaltiges Verhalten gefördert werden kann. Zugleich erlaubt sie es, individuelle und gesellschaftliche Nachhaltigkeitsaspirationen an Organisationen heranzutragen und einen entsprechenden Wandel zu beschleunigen.

Im Rahmen des Seminars werden aktuelle Fragestellungen zum Wandel von Arbeit vor dem Hintergrund der „Twin Transition“ aus interdisziplinärer Perspektive diskutiert und mit Blick auf zentrale Nachhaltigkeitsaspekte reflektiert. Konkret werden Ansätze der Arbeits- und Organisationssoziologie sowie -psychologie und Human Resource Management diskutiert und der aktuelle, internationale Forschungsstand gesichtet. In diesem Themenrahmen sollen die Studierenden eigene relevante Fragestellungen identifizieren sowie adäquate Forschungsdesigns entwickeln. Diese werden von den Studierenden im Plenum präsentiert und diskutiert und im Rahmen der Seminararbeit umgesetzt.

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

Kick-off Informationsveranstaltung

April 2023

Präsentation der Arbeit

Juli 2023

Abgabe der Seminararbeit

August 2023

- Die Seminarsprache ist **deutsch**.
- Die Bearbeitung selbstgewählter Fragestellungen erfolgt **alleine oder in Kleingruppen**.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **Präsentation**, einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der **Diskussionen** sowie der **schriftlichen Ausarbeitung einer Seminararbeit**. Benotet wird nur die Seminararbeit.
- Die Anzahl der Teilnehmenden ist begrenzt (max. **20 Plätze**).
- Ansprechpartner:in: Prof. Dr. Caroline Ruiner ([caroline.ruiner@uni-hohenheim.de](mailto:caroline.ruiner@uni-hohenheim.de)) und Ronny Ehlen ([ronny.ehlen@uni-hohenheim.de](mailto:ronny.ehlen@uni-hohenheim.de))



## **Seminar 9: „Gender Issues in Management “ (Lehrstuhl Sousa-Poza, 530A)**

### **Topic**

Gender issues play an increasingly essential role in economics and management, and in the development of adequate policies and practices at both an economy and a management level. For instance, in economics (especially in fields such as labour and personnel economics) it is often essential to differentiate between genders. However, gender is not only about differences. Uncovering false differentiating practices such as stereotyping and discrimination is equally important. Economic and management theory not only makes assumptions about gender but also perpetuates and reconstructs them. Therefore, the main focus of the course is to analyse how these assumptions about gender influence work-related aspects and how gender can be embedded in a framework in order to understand and design work in a life context. In order to achieve this aim, an interdisciplinary approach will be taken. More specifically, economic issues ("Gender Economics") will be discussed in conjunction with key topics in management.

### **Procedure**

- We will conduct the seminar entirely in English.
- There will be a kick-off meeting at the beginning of the semester.
- The seminar will take place weekly throughout the semester.
- Students may have to work in groups.
- Students are required to make a presentation on a gender issue in management.
- Students will also discuss the work of other groups.
- A maximum of 18 students will be accepted.
- Attendance is compulsory.
- Lecturer: Prof. Dr. Alfonso Sousa-Poza.



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.



## 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://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/">https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/</a>)</li><li>• Anmeldung vom <b>19.12.2022 ab 14.00 Uhr</b> bis <b>27.01.2022 um 23.59 Uhr</b>)</li><li>• Jeder Studierende äußert seine fünf 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>• Studierende, die bei der letzten Anmeldung keinen Seminarplatz bekommen haben, werden bevorzugt berücksichtigt. <b>Bitte schicken Sie eine Erinnerung per Mail an <a href="mailto:felix.zechiel@uni-hohenheim.de">felix.zechiel@uni-hohenheim.de</a>!</b></li><li>• Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz.</li><li>• Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel nur einige Tage, bis die Studierenden über die Zuteilung 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**



**Felix Zechiel**

---

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

E-Mail: [felix.zechiel@uni-hohenheim.de](mailto:felix.zechiel@uni-hohenheim.de)