



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Wintersemester 2024/25

PROFILSEMINARE ZUR MARKTORIENTIERTEN UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Seminaranmeldung im Profilbereich Marktorientierte Unternehmensführung

SEMINARANMELDUNG PROFILBEREICH MARKTORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG (WiSe 24/25)

Der Weg zum Seminar

 Anmeldung	 Zuteilung	 Seminarpartizipation
<ul style="list-style-type: none">▪ Gemeinsames Anmeldeverfahren aller beteiligten Lehrstühle des Profilbereichs Marktorientierte Unternehmensführung: https://www.unipark.de/uc/Seminare_MUF_WiSe/▪ Anmeldezeitraum: 1. Juli 2024 bis zum 21. Juli 2024▪ Ansprechpartner: Yannick Urbitsch (M.Sc.) (LS Voeth) yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de	<ul style="list-style-type: none">▪ Die Zuteilung erfolgt nicht nach dem first-come, first-served Prinzip, sondern anhand der Präferenzen der Studierenden.▪ Die Studierenden werden bis voraussichtlich Ende Juli über die Zuteilung durch die einzelnen Lehrstühle informiert.▪ Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.▪ Ein Abbruch des Seminars ist nach der Zuteilung ebenfalls nicht möglich.	<ul style="list-style-type: none">▪ Bitte beachten Sie hierzu die Rahmenbedingungen der jeweiligen Seminare auf den anschließenden Folien.▪ Detailliertere Infos zum Seminarangebot finden Sie auf den Homepages der beteiligten Lehrstühle: mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen

ÜBERBLICK – SEMINARANGEBOT WISE 24/25

- **Förderung der Forschungselbstwirksamkeit bei Studierenden und Schülern**
Humboldt reloaded Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development (Prof. Voeth)
- **Hot Topics in Consumer Behavior**
Profilseminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Hüttl-Maack)
- **Digital, nachhaltig, innovativ - aktuelle Fragen der Entrepreneurshipforschung**
Profilseminar am Lehrstuhl für Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship) (Prof. Kuckertz)
- **Studium 4.0: Nachhaltige und digitale Dienstleistungen für die Uni Hohenheim**
Profilseminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement (Prof. Hadwich)

FÖRDERUNG DER FORSCHUNGSELBSTWIRKSAMKEIT BEI STUDIERENDEN UND SCHÜLERN (HUMBOLDT RELOADED)

Ablauf und Zielsetzung

Angesichts der zunehmenden Bedeutung empirischer Forschung in der Bildungslandschaft ist es entscheidend, dass Studierende ihre Forschungsselbstwirksamkeit entwickeln und stärken. Eine hohe Forschungsselbstwirksamkeit ermöglicht es ihnen, mit Zuversicht und Kompetenz empirische Arbeiten durchzuführen, was nicht nur ihre akademischen Leistungen verbessert, sondern auch ihre zukünftigen beruflichen Möglichkeiten erweitert.

Im Seminar werden wir uns daher in einem ersten Schritt mit den theoretischen Grundlagen und aktuellen Forschungsergebnissen zur Selbstwirksamkeit beschäftigen. Wir werden untersuchen, welche psychologischen und pädagogischen Faktoren die Forschungsselbstwirksamkeit beeinflussen und wie diese gezielt gefördert werden können.

Anschließend werden wir praktische Methoden und Ansätze zur Überwindung von Hemmnissen in der empirischen Forschung betrachten. Hierfür werden qualitative sowie quantitative Erhebungs- und Auswertungsmethoden angewandt.

Organisation

Die Teilnehmerzahl ist auf 12 Studierende begrenzt. Über die Dauer des Seminars wird in kleineren Projektgruppen zusammengearbeitet.

Ansprechpartnerin

Constanze Hermann (M.Sc.) (constanze.hermann@uni-hohenheim.de)

HOT TOPICS IN CONSUMER BEHAVIOR

Ablauf und Zielsetzung

Im Rahmen des Seminars werden verschiedene **aktuelle Fragestellungen** aus dem Bereich **Consumer Behavior** bearbeitet. Mögliche Themenbereiche können z.B. nachhaltiges Konsumverhalten, Neugierde, Sprachen in der Produktkommunikation oder Anthropomorphismus (=Vermenschlichung) im Werbekontext sein. Zu den „Hot Topics“ werden **empirische Projektarbeiten in Teams** durchgeführt, d.h. die Studierenden führen, in Abstimmung mit dem/r zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter/in, eine empirische Studie durch.

Organisation

- Begrenzung der Teilnehmerzahl auf **16 Studierende**. Studierende arbeiten über die Dauer des Seminars in Kleingruppen (**3er oder 4er Teams**) zusammen. Die Teams können von den Studierenden selbst gebildet werden.
- Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.
- Begleitende Veranstaltungen: Einführung in das empirische Arbeiten und ein digitaler SPSS-Kurs (abrufbar über ILIAS), der die nötigen Kenntnisse für anschließende statistische Auswertungen vermittelt.
- Schriftliche Ausarbeitung einer Seminararbeit, Abschlusspräsentation und aktive Teilnahme an der Plenumsveranstaltung.

Ansprechpartnerin

Katharina Saile (M.Sc.) (katharina.saile@uni-hohenheim.de)

„DIGITAL, NACHHALTIG, INNOVATIV - AKTUELLE FRAGEN DER ENTREPRENEURSHIP FORSCHUNG“

Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin hat sich in den letzten Jahren innerhalb des akademischen Fächerkanons weitgehend etabliert. Dennoch ist das Feld immer noch so jung, dass es sich weiterhin durch eine rasante Entwicklung auszeichnet – insbesondere in den Themenfeldern Sustainable Entrepreneurship und Digital Entrepreneurship. In diesem Seminar werden deshalb Themen behandelt, die gegenwärtig in der Entrepreneurship-Forschung interessieren. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf nachhaltigen und digitalen Innovationen.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Darunter fallen auch **Pflichttermine**. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bzw. per E-Mail bekannt gegeben.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **kommentierten Bibliographie (20%)** und einer **schriftlichen Ausarbeitung des Seminarthemas (80%)**.
- Die Bearbeitung erfolgt in Kleingruppen (2 Personen).
- Die Teilnehmerzahl ist auf **6 Studierende** begrenzt!
- Ansprechpartner: Sebastian Hinderer (sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de).

STUDIUM 4.0: NACHHALTIGE UND DIGITALE DIENSTLEISTUNGEN FÜR DIE UNI HOHENHEIM

Inhalt des Seminars

Wie kann das Studium an der Universität Hohenheim für Studierende verbessert werden? Zur Beantwortung dieser Fragestellung erhalten die Studierenden im Rahmen des Seminars eine Einführung in die Theorie und Arbeitsschritte für die Entwicklung **nachhaltiger und/oder digitaler Dienstleistungen**. Im Zentrum steht die Anwendung der „**Jobs-to-be-done**“ Methode zur Erarbeitung aktueller Pains und Needs von Studierenden durch die Teilnehmenden des Seminars. Basierend darauf erfolgt die Konkretisierung einer innovativen Dienstleistung. Die identifizierten Merkmale der Dienstleistung werden anschließend mit einer Studierendenbefragung durch die Teilnehmenden des Seminars klassifiziert und validiert. Aus den empirischen Ergebnissen werden Handlungsimplikationen zur **Gestaltung und Vermarktung der Dienstleistung** abgeleitet.

Die Konzepte der Dienstleistungen werden in **Kleingruppen** erarbeitet und in einer Abschlusspräsentation vorgestellt. Darüber hinaus werden die Ergebnisse in einem schriftlichen Bericht ausgearbeitet. Die Studierenden erhalten im Rahmen des Seminars Einblicke in **praxisrelevante Methoden** sowie eine Einführung in das **wissenschaftliche Arbeiten**. Dabei lernen die Studierenden unter anderem wie ein Fragebogen in Unipark programmiert und deskriptiv ausgewertet wird.

Organisation

Zu Beginn des Semesters findet eine **Kick-off-Veranstaltung** statt. Während der Bearbeitungszeit besteht die Möglichkeit, **individuelle Gruppengespräche** zu vereinbaren. Die **Abschlusspräsentation** erfolgt vor den Weihnachtsferien und die **Abgabe der schriftlichen Ausarbeitung** der Dienstleistung bis Mitte Januar. Die Seminarleistung besteht aus einer Abschlusspräsentation, der schriftlichen Ausarbeitung und der aktiven Teilnahme an den Präsenzterminen. Die Teilnehmerzahl ist auf **16 Plätze begrenzt**. An den Präsenzterminen herrscht Anwesenheitspflicht.

Ansprechpartner

Gabriela Sitz (M.Sc.) (gabriela.sitz@uni-hohenheim.de)