

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">▪ Gemeinsame Anmeldung des Lehrstuhls für Marketing & Business Development (Prof. Voeth) und des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Hüttl-Maack) zu den regulären sowie den Humboldt Reloaded Seminaren.▪ Anmeldezeitraum: 17. Januar 9.00 Uhr bis 16. Februar 16.00 Uhr über die Homepage der beteiligten Lehrstühle. Ausnahme: Der Anmeldezeitraum für das Seminar „Vermarktung des Hohenheimer Jubiläumsbiers“ ist vom 17. Januar 9.00 Uhr bis zum 31. Januar 16.00 Uhr).	<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 Mitte/Ende Februar über die Zuteilung informiert (Ausnahme: Die Zuteilung zum Seminar „Vermarktung des Hohenheimer Jubiläumsbiers“ erfolgt bis zum 02. Februar).▪ 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.

Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development: WM-Studie

FIFA WM 2018

Sportevent oder auch politische Instrumentalisierung?

- Idee und Zielsetzung:
 - Für Studierende im Profildach Marktorientiertes Management (des Profildbereichs Marktorientierte Unternehmensführung).
 - Studierende sollen für das wissenschaftliche Arbeiten begeistert werden, indem ein Marktforschungsprozess im Kontext der FIFA WM 2018 konzeptionell und empirisch durchlaufen wird.
 - Schwerpunktthemen der Studie:
 - Sportliche Erwartungen
 - Medienwirksamkeit
 - Sponsoring / Sport-Vermarktung
 - Politik / Gesellschaftskritik
 - Studierende arbeiten über die Dauer des Seminars in Kleingruppen zusammen.
- Organisatorisches:
 - Begrenzung der Teilnehmerzahl auf 30-50 Studierende.
 - 6 Plenumsveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht.
 - Datenerhebung & Auswertung (Gruppenleistung), Präsentation der Ergebnisse in der letzten Plenumsveranstaltung (Gruppenleistung) sowie Erstellung eines Ergebnisberichts (Individualleistung).
- Ansprechpartner: Benjamin Zimmermann (b_zimmermann@uni-hohenheim.de)

Projektseminar Humboldt Reloaded

Humboldt Reloaded Seminar I am Lehrstuhl für Marketing & Business Development: „Datenanalyse zur HR-Wirkungsstudie“

Ziel des Seminars ist es die Wirkung von Humboldt reloaded hinsichtlich der angebotenen Projekte zu untersuchen. Anhand eines bereits bestehenden Wirkungsmodells sollen die Studierenden in kleinen Gruppen die Bestandteile des forschenden Lernens näher betrachten. Es wird den Studierenden weiterhin ein umfassender Datensatz zur Verfügung gestellt. Die selbstständige Analyse eines Teildatensatzes ist somit ein fester Bestandteil des Seminars.

- Das Seminar findet als Blockveranstaltung statt. Genaue Uhrzeiten und Daten finden Sie auf der Homepage des Lehrstuhls.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme.
- Die Bearbeitung erfolgt in Gruppen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 10** Teilnehmer begrenzt!
- Ansprechpartnerin: anne.stefani@uni-hohenheim.de

Projektseminar Humboldt Reloaded

Humboldt Reloaded Seminar II am Lehrstuhl für Marketing & Business Development: „200 Jahre Universität Hohenheim - die mediale Wahrnehmung des Jubiläums“

Ziel des Seminars ist es, in Kleingruppen zu untersuchen, inwiefern das Jubiläum der Universität Hohenheim in den Medien präsent ist. Mittels einer Medienanalyse unterschiedlicher Kanäle (z. B. Tageszeitungen und soziale Medien) soll unter anderem geklärt werden, wie häufig und über welche Themen im Zusammenhang mit dem Jubiläum berichtet wird.

- Das Seminar findet als Blockveranstaltung statt. Kick-off ist am 10.04.2018, 16-18 Uhr. Die weiteren Termine werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.
- Die Seminarleistung besteht aus der aktiven Teilnahme, einer Abschlusspräsentation sowie einer schriftlichen Ausarbeitung.
- Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 10 Teilnehmer** begrenzt!
- Ansprechpartnerin: a.degenhart@uni-hohenheim.de

Humboldt Reloaded Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten:

Vermarktung des Hohenheimer Jubiläumsbiers

Für ihr 200. Jubiläum plant die Universität Hohenheim in Kooperation mit der Schönbuch Brauerei ein Hohenheimer Jubiläumsbier. In diesem Humboldt-Seminar wird untersucht, welche Möglichkeiten die Universität Hohenheim zur Gestaltung und Vermarktung Ihres Jubiläumsbiers hat. Dabei sollen zunächst mögliche Nachfrager, der Markt und der Wettbewerb analysiert werden. Auf dieser Basis erarbeiten die Teilnehmer dann Marketingkonzepte, die sich bewährter Kommunikationsstrategien (z.B. Co-Branding oder Knappheitssignale) bedienen. Anschließend soll durch die Befragung relevanter Zielgruppen die Wirksamkeit der infrage kommenden Konzepte getestet werden. Die Studierenden führen in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin eine empirische Studie zum Thema durch.

- Das Seminar findet **in der vorlesungsfreien Zeit (19.02. – 29.03.18)** statt.

Geplante Termine:

- 19.02. oder 20.02.18 um 14-16h Kick-off, 05.03.18 um 14-16h Workshop, 15.03.18 um 14-18h Workshop, 29.03.18 um 14-16h Ergebnispräsentationen, das Datum für die Exkursion steht noch nicht fest
- **Seminarleistung:** Schriftliche Ausarbeitung einer Seminararbeit, aktive Teilnahme an Pflichtterminen (inklusive einer Tagesexkursion), Abschlusspräsentation und aktive Teilnahme an der Plenumsveranstaltung.
- Die Bearbeitung erfolgt in **3er oder 4er Teams**. Die Teams können von den Studierenden selbst gebildet werden.
- Teilnehmerzahl: Begrenzt (max. 12 Plätze)
- **Ansprechpartnerin:** Shirin Gatter (shirin.gatter@uni-hohenheim.de)

HINWEIS: Die Anmeldung zu diesem Seminar erfolgt über einen **SEPERATEN** Link! Bitte bewerben Sie sich bei Interesse an diesem Seminar nur für die anderen Seminare, wenn Sie keine Zusage zu diesem Seminar erhalten haben.

Hot Topics in Consumer Behavior

Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten:

„Hot Topics in Consumer Behavior“

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. Brand Age in der Werbung oder der Einfluss von Gedanken an Geld auf das Konsumentenverhalten sein. Zu den „Hot Topics“ werden empirische Projektarbeiten in Teams durchgeführt, d.h. die Studierenden führen, in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin, eine empirische Studie durch.

- Das Seminar findet **semesterbegleitend** statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.
- Am **Anfang des Semesters** finden **Blocktermine** statt:
Einführung in das empirische Arbeiten und ein SPSS-Kurs, der die nötigen Kenntnisse für anschließende statistische Auswertungen vermittelt (incl. kurzer Test auf freiwilliger Basis, um ein SPSS-Zertifikat zu erhalten).
- **Seminarleistung:** Schriftliche Ausarbeitung einer Seminararbeit, Abschlusspräsentation und aktive Teilnahme an der Plenumsveranstaltung.
- Die Bearbeitung erfolgt in **3er oder 4er Teams**. Die Teams können von den Studierenden selbst gebildet werden.
- Teilnehmerzahl: Begrenzt (max. 12 Plätze)
- **Ansprechpartnerin:** Shirin Gatter (shirin.gatter@uni-hohenheim.de)

Projektseminar Humboldt Reloaded

Humboldt Reloaded Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten: „Der Country-of-Destination-Effekt und die Wirkung der Herkunft von Social Influencern“

Im Rahmen des Seminars wird im Kontext einer direkten (social influencer) oder indirekten (Country-of-destination) Produktempfehlung beleuchtet, welche Wirkung die wahrgenommene Expertise von Kommunikatoren oder Referenzkunden auf die Produktbewertung haben kann. Die Studierenden führen in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin eine empirische Studie zum Thema durch.

- Das Seminar findet **am Anfang des Semesters** statt und wird etwa nach der ersten Semesterhälfte abgeschlossen sein. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.
- Am **Anfang des Semesters** finden **Blocktermine** statt:
Einführung in das empirische Arbeiten und ein SPSS-Kurs, der die nötigen Kenntnisse für anschließende statistische Auswertungen vermittelt (inkl. kurzer Test auf freiwilliger Basis, um ein SPSS-Zertifikat zu erhalten).
- **Seminarleistung:** Schriftliche Ausarbeitung einer Seminararbeit, Abschlusspräsentation und aktive Teilnahme an der Plenumsveranstaltung.
- Die Bearbeitung erfolgt in **3er oder 4er Teams**. Die Teams können von den Studierenden selbst gebildet werden.
- Teilnehmerzahl: Begrenzt (max. 24 Plätze)
- **Ansprechpartnerin:** Johanna Schwenk (johanna.schwenk@uni-hohenheim.de)