



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM



# Seminarangebot

**Wintersemester 2018 / 2019**

Prof. Dr. Markus Voeth



## Bachelorseminarangebot im Wintersemester 2018/2019 - Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<p>Gemeinsame Anmeldung des Lehrstuhls für <b>Marketing &amp; Konsumentenverhalten</b> (Prof. Hüttl-Maack) und des Lehrstuhls für <b>Marketing &amp; Business Development</b> (Prof. Voeth) zu den Seminaren.</p> <p><b>Anmeldezeitraum:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– 12. Juli bis 9. August</li><li>– Anmeldung über die Homepage der beteiligten Lehrstühle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Die Zuteilung erfolgt nicht nach dem first-come, first-served Prinzip, sondern anhand der <b>Präferenzen</b> der Studierenden.</li><li>– Die Studierenden werden bis <b>Ende August</b> über die Zuteilung informiert.</li><li>– Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist <b>nicht möglich</b>.</li><li>– Ein Abbruch des Seminars ist nach der Zuteilung ebenfalls <b>nicht möglich</b>.</li></ul>	<p>Bitte beachten Sie hierzu die Rahmenbedingungen der jeweiligen Seminare auf den anschließenden Folien.</p>

## Profilseminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

### Planspielseminar „Markstrat“



#### Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development: Planspiel „Markstrat“

##### Idee und Zielsetzung

- Für Studierende im Schwerpunktstudium Marketing innerhalb des Profulfachs „Marktorientiertes Management“.
- Anwendung ausgewählter Inhalte der Marketing-Vorlesung insbesondere aus dem Bereich der Planung und des Einsatzes der Marketing-Instrumente.
- Teams (4-6 Studierende) konkurrieren mit ihren Unternehmen in einer fiktiven Branche, in der Konsumgüter produziert und vermarktet werden.
- Als Führungskräfte bestimmen die Studierenden die Marketing-Strategien und die Ausgestaltung des Marketing-Mixes ihres Unternehmens, insbesondere in den Bereichen Produkt-, Preis-, Vertriebs-, und Kommunikationspolitik und treffen Entscheidungen unter simulierten Wettbewerbsbedingungen.

##### Organisatorisches

- 8 Spielrunden (Turnus: je 1 Woche), die Studierenden treffen sich selbständig zur Vorbereitung der Spielentscheidungen in ihren Gruppen
- 3-4 Plenumsveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht sowie 2 Livechats
- Einstiegsklausur zum Handbuch der Spielsimulation, Präsentation der Spielergebnisse (15-minütiger Vortrag) in der letzten Plenumsveranstaltung mit anschließender Diskussionsrunde (10 Minuten).
- Abschließende Bewertung der Spielperformance.
- Ansprechpartnerin: Iris Pöschl, [iris.poeschl@uni-hohenheim.de](mailto:iris.poeschl@uni-hohenheim.de)

## Humboldt reloaded Seminare am Lehrstuhl Marketing & Business Development

### Projektseminar Humboldt reloaded I

#### Humboldt reloaded Seminar I am Lehrstuhl für Marketing & Business Development:

##### „Fussball-Vermarktung – Der Ball rollt auch in der neuen Saison“

Nach der Weltmeisterschaft ist vor dem Bundesliga-Auftakt. Ziel des Seminars ist es das Interesse der Studierenden für das wissenschaftliche Arbeiten anhand der empirischen Untersuchung von Vermarktungsaktivitäten deutscher Bundesliga-Vereine zu wecken. Schwerpunkte des Forschungsseminars stellen die Entwicklung eines Fragebogens mit relevanten Fragestellungen zu Themen wie Vermarktungspotenziale, Sportsponsoring, Mediennutzung etc. dar, die damit einhergehende Datenerhebung und schließlich die Durchführung der Auswertung. Ermittelt werden soll das Konsumentenverhalten anhand von Befragungen.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.
- 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!
- Ansprechpartner: [B. Zimmermann@uni-hohenheim.de](mailto:B.Zimmermann@uni-hohenheim.de)

## Humboldt reloaded Seminare am Lehrstuhl Marketing & Business Development

### Projektseminar Humboldt reloaded II

#### Humboldt reloaded Seminar II am Lehrstuhl für Marketing & Business Development:

##### „Social Media-Aktivitäten von Universitäten“

Facebook, Twitter, Instagram: Das Zeitalter der Digitalisierung macht auch vor Hochschulen nicht Halt. Es wird folglich für Universitäten immer wichtiger, online präsent zu sein. Universitäten und Lehrstühle nutzen soziale Medien, um sich an der öffentlichen Diskussion zu beteiligen, zu informieren und vor allem auch, um sich von anderen Bildungseinrichtungen abzuheben. Welche Formate am besten ankommen und wie erfolgreich diese Bemühungen insgesamt sind, lässt sich nur durch eine intensive Beschäftigung mit den unterschiedlichen Kanälen feststellen. Eine differenzierte Analyse der Social Media-Aktivitäten von Hochschulen ist daher Ziel dieses Seminars.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.
- Die Seminarleistung besteht aus einer Abschlusspräsentation, einer schriftlichen Ausarbeitung sowie einer aktiven Teilnahme.
- Die Bearbeitung erfolgt in Gruppen und die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 10 Teilnehmer** begrenzt!
- Ansprechpartnerin: [a.degenhart@uni-hohenheim.de](mailto:a.degenhart@uni-hohenheim.de)

## Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Verena Hüttl-Maack)

### „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/dem zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter/In, 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. 20 Plätze)
- **Ansprechpartnerin:** Shirin Gatter (shirin.gatter@uni-hohenheim.de)

## Humboldt Reloaded Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Verena Hüttl-Maack)

### Humboldt Reloaded Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten: *„Die Wirkung von Neugierde bei der Vermarktung von Brand Extensions“*

Bei Brand Extensions (= Markenerweiterungen) handelt es sich um neue Produkte, die unter einer bekannten Marke eingeführt werden. Gerade bei einer geringen Ähnlichkeit zwischen der Marke bzw. den bereits bestehenden Produkten und den neuen Erweiterungsprodukten sind solche Produkteinführungen risikobehaftet. Im Seminar wird untersucht ob Kommunikationsmethoden, die Neugierde auslösen, die Akzeptanz von Erweiterungsprodukten verbessern. Die Studierenden führen in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin eine empirische Studie zum Thema 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. 9 Plätze)
- **Ansprechpartnerin:** Tara Sedghi (tara.sedghi@uni-hohenheim.de)