

Bachelorseminarangebot im Sommersemester 2017 - Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">▪ Gemeinsame Anmeldung zu den regulären sowie zu den Humboldt Reloaded Seminaren des Lehrstuhls für Marketing & Business Development (Prof. Voeth) und des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Hüttl-Maack).▪ Anmeldezeitraum: 30. Januar, 9.00 Uhr bis 27. Februar, 16.00 Uhr über die Homepage der beteiligten Lehrstühle.	<ul style="list-style-type: none">▪ Die Zuteilung erfolgt nicht nach dem first-come, first-serve Prinzip, sondern anhand der Präferenzen der Studierenden.▪ Die Studierenden werden bis Ende März über die Zuteilung 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.

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

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

- 8 Spielrunden (Turnus: je 1 Woche) und zusätzlich 5 Plenumsveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht sowie eine Einstiegsklausur. Präsentation der Ergebnisse (15-minütiger Vortrag) in der letzten Plenumsveranstaltung mit anschließender Diskussion (10 Minuten).
- Abschließende Bewertung der Spielperformance und Auszeichnung der erfolgreichsten Teams.
- Ansprechpartnerinnen: sarah.stief@uni-hohenheim.de und iris.poeschl@uni-hohenheim.de

„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). Zu den „Hot Topics“ werden empirische Projektarbeiten in Teams durchgeführt, d.h. die Studierenden führen, in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin, eine eigene empirische Studie durch.

- Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.
- Am Anfang des Semesters finden Blocktermine statt:
 - Eine kurze Einführung in das empirische Arbeiten zu Beginn des Semesters zur Literaturrecherche, zur Gliederung und zum Aufbau Ihrer Seminararbeit.
 - Die nötigen Kenntnisse für anschließende statistische Auswertungen werden ebenfalls zu Beginn des Seminars durch einen SPSS-Kurs (insgesamt 3 Termine) vermittelt. Im Anschluss wird ein kurzer Test auf freiwilliger Basis zu den Inhalten dieser Einführung stattfinden.
- 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)
- Ansprechpartner: shirin.gatter@uni-hohenheim.de

Projektseminar Humboldt Reloaded

Humboldt Reloaded Seminar I am Lehrstuhl für Marketing & Business Development: *„Bundestagswahl 2017 – Einsatz von Social Media im Parteien- und Kandidaten-Marketing“*

Ziel des Seminars ist es in Kleingruppen zu untersuchen, wie sich Parteien und Kandidaten im Wahlkampf über Soziale Medien präsentieren und sich darüber vermarkten. Teil des Seminars ist eine empirische Erhebung sowie deren Auswertung.

- 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!
- Ansprechpartnerin: iris.poeschl@uni-hohenheim.de

Projektseminar Humboldt Reloaded

Humboldt Reloaded Seminar II am Lehrstuhl für Marketing & Business Development: *„Die Zukunft des Kinofilms“*

Ziel des Seminars ist es die Zukunft des Kinofilms in Deutschland zu untersuchen. Angesichts des zunehmenden Online-Streaming-Angebots soll erforscht werden, inwieweit insbesondere jüngere Zielgruppen noch bereit sind ins Kino zu gehen. Darüber hinaus kann betrachtet werden, wie ein bestimmtes Filmgenre prinzipiell von einer Zielgruppe aufgefasst wird. 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: schmidt.marc@uni-hohenheim.de

**Humboldt Reloaded Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten:
„Money Priming: Wie Gedanken an Geld das Konsumentenverhalten beeinflussen“**

Ziel des Seminares ist es, in Kleingruppen zu untersuchen, wie sich Geld-Priming auf das Konsumentenverhalten auswirkt. Frühere Studien zeigten, dass Money Priming, also das Auslösen von Gedanken an Geld, zum Beispiel die Wirkung von Markenerweiterungen und den Konsum hedonischer Güter beeinflusst. Im Seminar werden bisher nicht erforschte Themen untersucht, wobei verschiedene Priming-Verfahren angewandt werden. Die Studierenden führen, in Abstimmung mit der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiterin, eine eigene empirische Studie durch.

- Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.
- Am Anfang des Semesters finden Blocktermine statt:
 - Eine kurze Einführung in das empirische Arbeiten zu Beginn des Semesters zur Literaturrecherche, zur Gliederung und zum Aufbau Ihrer Seminararbeit.
 - Die nötigen Kenntnisse für anschließende statistische Auswertungen werden ebenfalls zu Beginn des Seminars durch einen SPSS-Kurs (insgesamt 3 Termine) vermittelt. Im Anschluss wird ein kurzer Test auf freiwilliger Basis zu den Inhalten dieser Einführung stattfinden.
- 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)
- Ansprechpartner: shirin.gatter@uni-hohenheim.de