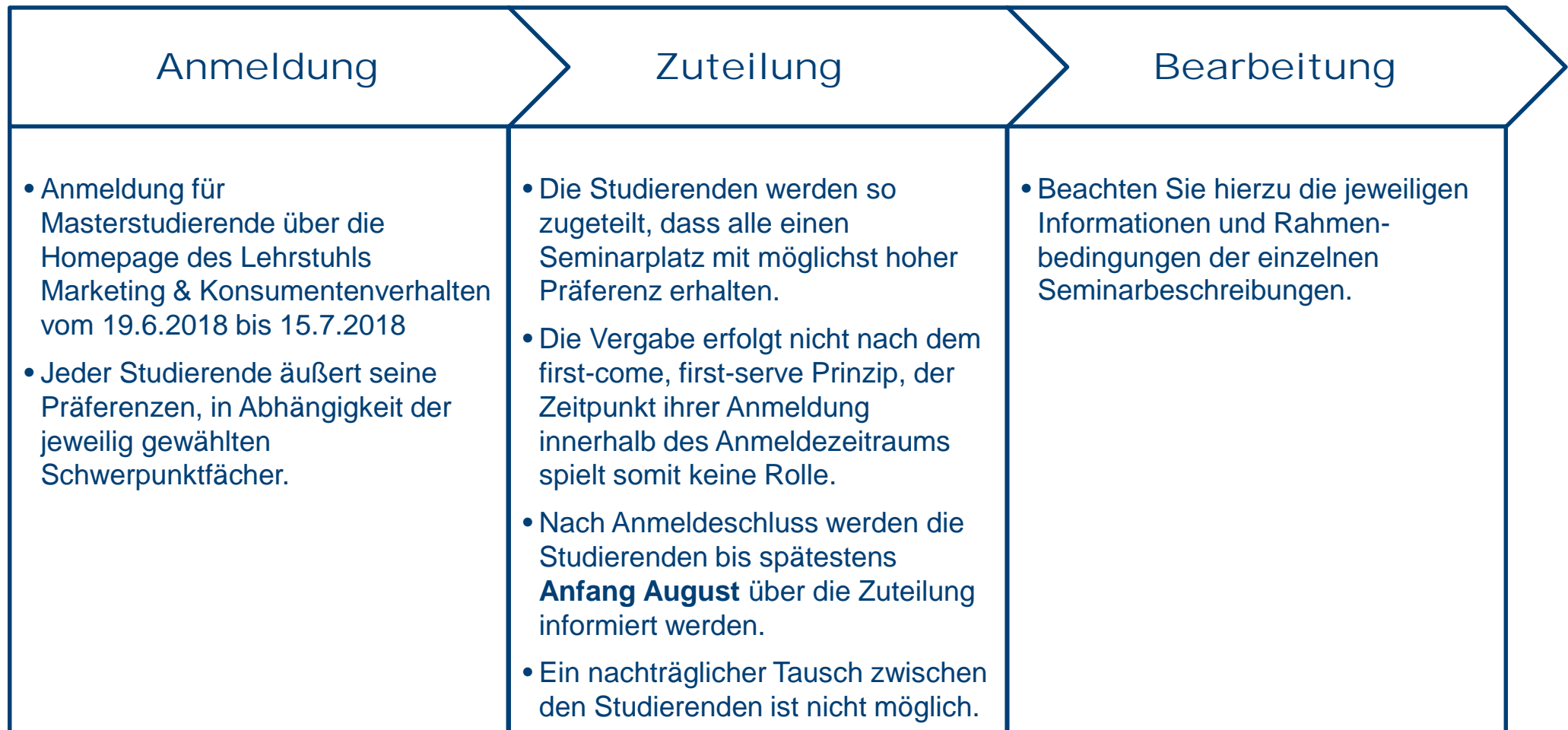


# Masterseminar Schwerpunktfächer Marketing und Marketing-&Management-Insights Wintersemester 2018/2019





## Anmeldung zum Seminar im Überblick





Seminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement:  
Praxisprojekt mit einem Industrieunternehmen  
Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights

Im Rahmen des Seminars setzen sich die Studierenden mit **spezifischen Anforderungen und Herausforderungen eines Industrieunternehmens aus Stuttgart** auseinander. Es erfolgt sowohl eine theoretische als auch empirische Auseinandersetzung mit der Problemstellung. Das Seminar findet als Blockveranstaltung statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.

- Kick-off Informationsveranstaltung Mitte/Ende Oktober 2018
- Workshop November 2018
- Abgabe der Seminararbeit Mitte Dezember 2018
- Präsentation der Arbeit Anfang Januar 2019
  
- Die Bearbeitung findet in **Teams (3-4 Studierende pro Team)** 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 des Workshops und der Diskussion zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. 20 Plätze)
- Dozent: Prof. Dr. Karsten Hadwich mit Mitarbeiter
- Ansprechpartnerin: Denise Joecks-Laß ([denise.joecks-lass@uni-hohenheim.de](mailto:denise.joecks-lass@uni-hohenheim.de))



## Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development: Basar oder Systematik? – Preismodelle in pharmazeutischen Märkten Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights

In pharmazeutischen Märkten gibt es verschiedene Formen der Rückerstattungsorganisation zwischen Pharmaherstellern, Krankenkassen und Patienten. Während in der Vergangenheit ein Unit Based Pricing Gegenstand der Erstattungsbetragsverhandlungen war, bei dem ein Einheitspreis für eine bestimmte Abgabemenge definiert wurde, werden alternative value-based Preismodelle in Zukunft in pharmazeutischen Märkten immer wichtiger. Die Studierenden erarbeiten im Rahmen des Seminars die Besonderheiten von Preisverhandlungen in pharmazeutischen Märkten und entwickeln eigenständig Zukunftsszenarien für das Pricing im Rückerstattungsmarkt.

- Kick- off Informationsveranstaltung 23.10.2018, 10-12 Uhr
- Zwischenpräsentation Semestermitte
- Abgabe der Seminararbeit / Abschlusspräsentation Semesterende
- **Die genauen Uhrzeiten und Daten des Seminars werden noch bekanntgegeben.**
- Die Bearbeitung findet in **Zweierteams** statt.
- **Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung** führt automatisch zum **Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz.**
- Die Seminarleistung besteht aus einer **Zwischenpräsentation, Abschlusspräsentation**, einer **schriftlichen Ausarbeitung** sowie der **Protokollführung** und einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der Diskussion zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **20** Plätze).
- Dozent: Prof. Dr. Voeth mit Mitarbeitern
- Ansprechpartnerinnen: Johanna Sand ([johanna.sand@uni-hohenheim.de](mailto:johanna.sand@uni-hohenheim.de))



## Seminar am Lehrstuhl für Katholische Theologie und Wirtschaftsethik: „Management- und Marketing-Ethik“ (5702-441) Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing-&Management-Insights

### Seminarthemen & Methodik

- Im Seminar werden folgende **Themen** aus dem Bereich einer **Management- und Marketing-Ethik** analysiert: Geplante Obsoleszenz; Whistleblowing; Preisdifferenzierung; Marktmacht und ruinöser Wettbewerb; Online- und Einzelhandel; Der Preis der Bioprodukte; Compliance; Guerilla Marketing.
- Methodisch werden die Themen zum einen **allgemein (theoretisch)** und zum anderen als **Stakeholder Analysis einer konkreten Case Study** aufgearbeitet.

### Organisatorisches

- Inhaltlich verantwortlich: Prof. Dr. MICHAEL SCHRAMM
- Einführungsveranstaltung gegen Ende des Sommersemesters (wird rechtzeitig angekündigt)
- Präsentation gegen Ende der Vorlesungszeit des Wintersemesters (meist in zwei Blockveranstaltungen)

### Basisliteratur (als Hintergrund für alle Themen)

WIELAND, JOSEF (2001): Eine Theorie der Governanceethik, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik 2, S. 8 - 33.

WIELAND, JOSEF (2008): Governanceökonomik: Die Firma als Nexus von Stakeholdern. Eine Diskussionsanregung, in: Wieland, Josef (Hg.): Die Stakeholder-Gesellschaft und ihre Governance. Management, Netzwerke, Diskurse (Studien zur Governanceethik, Bd. 6), S. 15 - 38.

### Spezifische Basisliteratur für die einzelnen Themen

Für die einzelnen Themen wird spezifische Einstiegsliteratur in den jeweiligen Seminarunterlagen (ILIAS) zur Verfügung gestellt.

Seminarangebot: Dienstleistungsmanagement (570D) | Marketing & Business Development (570A)  
Lehrstuhl für Katholische Theologie und Wirtschaftsethik (560 D) | Marketing & Konsumentenverhalten (570E)



## Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten: Current Topics in Consumer Behavior Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights

Im Rahmen des Seminars werden verschiedene **aktuelle Fragestellungen** aus dem Bereich Consumer Behavior bearbeitet. Zu den „Current Topics“ werden **empirische Projektarbeiten** in Teams durchgeführt. D.h. die Studierenden planen, in Abstimmung mit dem/der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter/in, die Durchführung einer eigenen empirischen Studie.

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

- Kick- off Informationsveranstaltung Mitte Oktober 2018
- SPSS-Einführung und SPSS-Test Mitte Oktober 2018
- Abgabe der Seminararbeit Januar 2019
- Präsentation der Arbeit Januar 2019
- Die Bearbeitung findet in **Dreierteams** 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 Seminarsprache ist ENGLISCH.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **18 Plätze**).
- Ansprechpartnerin: Shirin Gatter (shirin.gatter@uni-hohenheim.de)