



Seminaranmeldung im Profilbereich Marktorientierte Unternehmensführung

Sommersemester 2020



Bachelorseminarangebot im SoSe 2020 - Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<p>Gemeinsame Anmeldung aller beteiligten Lehrstühle des Profilbereichs Marktorientierte Unternehmensführung.</p> <p><u>Anmeldezeitraum:</u> 18. Dezember bis zum 19. Januar über die Homepages der beteiligten Lehrstühle.</p>	<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 Mitte/Ende Februar 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.	<p>Bitte beachten Sie hierzu die Rahmenbedingungen der jeweiligen Seminare auf den anschließenden Folien.</p>



Profilseminar am Lehrstuhl Marketing & Business Development (Prof. Markus Voeth – 570A)

Profilseminar

Profilseminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development:

Case Study-Seminar zum Marketing-Management

In diesem Seminar werden Problemstellungen des Marketing-Management aus der Unternehmenspraxis anhand von Fallstudien bearbeitet. Dabei sind im Seminar unterschiedliche Partnerunternehmen des Lehrstuhls zu Gast und stellen aktuelle Problemstellungen aus ihren Branchen in Fallstudienform vor. Durch die Bearbeitung der Fallstudien befassen sich die Studierenden nicht nur mit aktuellen Marketingthemen aus der Praxis, sondern erlernen auch die Bearbeitung und Lösung von komplexen Fallstudien.

Das Seminar findet 14-tägig statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.

- Die Seminarleistung besteht aus schriftlichen Ausarbeitungen und der Präsentation mindestens einer Fallstudienlösung.
- Die Bearbeitung erfolgt in Gruppen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 30** Teilnehmer begrenzt!
- Ansprechpartner: Sandra Haggenmüller (s.haggenmueller@uni-hohenheim.de)



Humboldt Reloaded Projekt am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

„Benchmarkanalyse zur Vermarktung deutscher Bachelorstudiengänge in BWL“

Im betrieblichen Kontext ist Benchmarking ein kontinuierlicher Prozess, bei dem Strategien, Produkte, Prozesse und Methoden über mehrere Unternehmen hinweg verglichen werden. Durch Orientierung an Bestleistung innerhalb und außerhalb der Branche sollen die eigenen Leistungen verbessert werden. Dabei ist es möglich das Konzept auch auf andere Bereiche, wie die Vermarktung von Hochschulen und Studiengängen zu übertragen. In diesem Seminar sollen die am besten vermarkteten Bachelorstudiengänge in BWL mittels einer Benchmarkanalyse identifiziert werden, um daraus „Best-Practice“ Maßnahmen und Strategien ableiten zu können.

- 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 einem HR-Abstract und Poster.
- Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 6** Teilnehmer begrenzt!
- Ansprechpartner: Manuel Hefner (manuel.hefner@uni-hohenheim.de)



Humboldt Reloaded Projekt am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

„Benchmarkanalyse zur Vermarktung deutscher Masterstudiengänge in Management“

Im betrieblichen Kontext ist Benchmarking ein kontinuierlicher Prozess, bei dem Strategien, Produkte, Prozesse und Methoden über mehrere Unternehmen hinweg verglichen werden. Durch Orientierung an Bestleistung innerhalb und außerhalb der Branche sollen die eigenen Leistungen verbessert werden. Dabei ist es möglich das Konzept auch auf andere Bereiche, wie die Vermarktung von Hochschulen und Studiengängen zu übertragen. In diesem Seminar sollen die am besten vermarkteten Masterstudiengänge in Management mittels einer Benchmarkanalyse identifiziert werden, um daraus „Best-Practice“ Maßnahmen und Strategien ableiten zu können.

- 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 einem HR-Abstract und Poster.
- Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 6** Teilnehmer begrenzt!
- Ansprechpartner: Manuel Hefner (manuel.hefner@uni-hohenheim.de)



Profilseminar am Lehrstuhl Unternehmensführung (Prof. Dr. Marion Büttgen – 570B)

Seminar am Lehrstuhl für Unternehmensführung

Im Rahmen des Seminars untersuchen die Studierenden **aktuelle Herausforderungen des Dienstleistungsmanagements** und erarbeiten entsprechende problem- bzw. unternehmensspezifische Konzeptionen. Der Schwerpunkt des Seminars liegt auf dem Themenbereich **„Technologiedurchdringung von Service Encountern“**. Die zu bearbeitenden Unterthemen umfassen sowohl die interne Perspektive (z. B. Mitarbeiter) als auch die externe Kundenperspektive sowie die marktbezogene Perspektive. Die Studierenden verdeutlichen ihre wissenschaftlich fundierten Ausführungen bei Bedarf anhand eigenständig recherchierter Praxisbeispiele.

- Das Seminar findet als Blockveranstaltung statt.
- Abgabe der Themenpräferenzen: von 09.04.2020 (16:00 Uhr) – 14.04.2020 (16:00 Uhr)
- Informationsveranstaltung Donnerstag, **09.04.2020 09.00 – 12.00 Uhr in vsI. HS tba**
- Themenvergabe Spätestens in KW 16
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten I Donnerstag, **07.05.2020 09.00 – 12:00 Uhr in vsI. HS tba**
- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten II Donnerstag, **28.05.2020 09.00 – 12:00 Uhr in vsI. HS tba**
- Abgabe der Seminararbeit Donnerstag, **25.06.2020 (bis spätestens 12.00 Uhr)**
- Abschlusspräsentation Donnerstag, **09.07.2020 tba**
- Die Bearbeitung findet in **Zweierteams** statt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme an den Plenumsveranstaltungen.
- Die Teilnahme an allen Terminen ist verpflichtend.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. 20 Plätze).
- Dozentin: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Mitarbeiter
- Ansprechpartner Betreuung: Thai Tam Duong (thai.duong@uni-hohenheim.de)
- Ansprechpartner Koordination: Thai Tam Duong (thai.duong@uni-hohenheim.de)

Seminar am Lehrstuhl für Unternehmensführung



▪ Hintergrund:

- **Führungskräfte** sehen sich aufgrund der **digitalen Transformation** mit **paradoxen Herausforderungen** konfrontiert.
- Daher benötigen Führungskräfte ein **komplexes Verhaltensrepertoire**.
- **Weibliche Führungskräfte** haben dabei die Fähigkeit, mehrere Rollen und Verhaltensweisen auszuüben.
- Ebenfalls werden weibliche Führungskräfte stärker mit **androgynen Verhaltensweisen** (task- und relation-orientierte Führungsrollen) in Verbindung gebracht als männliche Führungskräfte.
- Allerdings geht die **Gender Role Theory** davon aus, dass männliche Führungskräfte eher aufgabenorientiertes Führungsverhalten zeigen, während weibliche Führungskräfte eher people-orientiertes Führungsverhalten einnehmen würden, was dem Ruf nach Verhaltenskomplexität widerspricht.

- **Fragestellungen:** Sind vor diesem Hintergrund **weibliche Führungskräfte besser geeignet, die paradoxen Herausforderungen im Zusammenhang mit der digitalen Transformation zu bewältigen?** Werden im digitalen Zeitalter die **think manager-think male-** und die **Gender Role-Stereotypen** obsolet?
- **Diese Fragestellungen** werden in **Kleingruppen** unter Anwendung von **empirischen Methoden** bearbeitet.
- **Teilnehmerzahl:** max. **16 Teilnehmerinnen und Teilnehmer**.
- **Termine:** Die **Kick-off-Veranstaltung** ist im April geplant. Anschließend werden im **zwei-wöchentlichen Rhythmus** Präsenztermine stattfinden. Die Ergebnisse werden im Rahmen der **Abschlussveranstaltung** präsentiert.
- **Dozent_in:** Ellen Weber (e.weber@uni-hohenheim.de) und Marius Neun (m.neun@uni-hohenheim.de)



Profilseminar

Profilseminar am Lehrstuhl für Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship):

„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, was Forschungsthemen betrifft. In diesem Seminar werden deshalb Themen behandelt, die gegenwärtig in der Entrepreneurship-Forschung interessieren.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Darunter fallen auch **Pflichttermine**. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.
- Die Seminarleistung besteht aus einer kommentierten Bibliographie (20%) und einer schriftlichen Ausarbeitung des Seminarthemas (80%).
- Die Bearbeitung erfolgt in Gruppen (2-3 Personen).
- Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 10 Studierende** begrenzt!
- Ansprechpartnerin: Alicia Prochotta (a.prochotta@uni-hohenheim.de).



Profilseminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement (Prof. Karsten Hadwich)

Profilseminar

Profilseminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement:

„Kundenentwicklung in der Servicetransformation“

Im Wandel eines Unternehmen vom Produkthersteller zum Dienstleister steht immer auch ein Wandel der Kunden im Fokus. In diesem Seminar setzen sich die Studierenden mit dem Management dieses Wandels – der Kundenentwicklung - auseinander. Die Studierenden wenden Methoden, Prinzipien und Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens auf diesbezügliche Fragestellungen an.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden mit Veröffentlichung des Vorlesungsverzeichnisses bekannt gegeben.
 - Kick-Off: **vsl***. April 2020
 - Workshops: ca. 2-3
 - Abschlusspräsentation: **vsl***. Juni 2020
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme an den Workshops.
- Die Bearbeitung erfolgt in Gruppen; Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 20** Teilnehmer begrenzt!
- An **allen Terminen** herrscht **Anwesenheitspflicht!**
- Ansprechpartner: Kerstin Sayer (kerstin.sayer@uni-hohenheim.de)



Humboldt-Reloaded Seminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement

(Prof. Karsten Hadwich)

Humboldt-Reloaded Seminar

HR-Seminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement:

„Der Preis der Wahl – Wirkung komplexer Preismodelle auf das Konsumentenverhalten“

Um unterschiedliche Bedürfnisse anzusprechen, werden Preismodelle im Dienstleistungsbereich häufig derart gestaltet, dass Konsumenten mehrere Preis-Leistungsbündel zur Wahl haben. Dadurch haben die Konsumenten den Vorteil, dass sie die Alternative wählen können, die Ihren Präferenzen bestmöglich entspricht. Andererseits verbleibt die Abwägung der verschiedenen Alternativen und die Wahl beim Konsumenten. Schwerpunkt des Seminars ist es daher, die Wirkung dieser komplexen Preismodelle auf das Konsumentenverhalten empirisch zu untersuchen. Die Studierenden wenden Methoden, Prinzipien und Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens an und durchlaufen einen Forschungsprozess.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden mit Veröffentlichung des Vorlesungsverzeichnisses bekannt gegeben.
 - Kick-Off: **vsl***. April 2020
 - Workshops: ca. 2-3
 - Abschlusspräsentation: **vsl***. Juni 2020
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme an den Workshops.
- Die Bearbeitung erfolgt in Gruppen; Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 20** Teilnehmer begrenzt.
- An **allen Terminen** herrscht **Anwesenheitspflicht**.
- Ansprechpartner: Lukas Ogrzewalla (l.ogrzewalla@uni-hohenheim.de)



Profileminar am Lehrstuhl Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Verena Hüttli-Maack)

Profileminar

Profileminar 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. Produzenteninformationen auf Lebensmitteln oder mehrsprachige Produktverpackungen sein. Zu den „Hot Topics“ werden empirische Projektarbeiten in Teams durchgeführt, d.h. die Studierenden führen, in Abstimmung mit dem zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter, 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 (inkl. freiwilliger Test, 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. 16 Plätze)
- Ansprechpartner: Dennis Gawlik (Dennis.Gawlik@uni-hohenheim.de)



Humboldt Reloaded-Seminar

Humboldt Reloaded-Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten:

„Die Wirkung von Brand Age Cues“

Im Rahmen des Seminars werden verschiedene **Fragestellungen** zur Wirkung der Kommunikation des Alters einer Marke (Brand Age Cues) untersucht. Brand Age Cues sind in verschiedenen Produktbereichen zu finden und werden meist durch ein „Since 1980“ oder „Seit 1889“ auf Produktverpackungen abgebildet. Mögliche Themenbereiche können z.B. der Einfluss von Brand Age Cues bei der Vermarktung von Brand Extensions oder von innovativen Produkten sein. 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 (inkl. freiwilliger Test, um ein SPSS-Zertifikat zu erhalten).
- Seminarleistung: Schriftliche Seminararbeit, Abschlusspräsentation und aktive Teilnahme an der Plenumsveranstaltung
- Die Bearbeitung erfolgt in 3er Teams. Die Teams können von den Studierenden selbst gebildet werden.
- Teilnehmerzahl: begrenzt (max. 9 Plätze)
- Ansprechpartnerin: Tara Sedghi (tara.sedghi@uni-hohenheim.de)