



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

FAKULTÄT WIRTSCHAFTS- UND SOZIALWISSENSCHAFTEN
INSTITUT FÜR MARKETING & MANAGEMENT

Masterseminar Schwerpunktfächer Marketing und Marketing-&Management-Insights Sommersemester 2019



**Modalitäten zur Anmeldung | Marketing & Business Development (570A) | Dienstleistungsmanagement (570D) |
Lehrstuhl für Katholische Theologie und Wirtschaftsethik (560 D) | Marketing & Konsumentenverhalten (570E)**



Anmeldung zum Seminar im Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">• Anmeldung für Masterstudierende über die Homepage des Lehrstuhls Marketing & Konsumentenverhalten vom 21.01.2018 bis 14.2.2019• Jeder Studierende äußert seine Präferenzen, in Abhängigkeit der jeweilig gewählten Schwerpunktfächer.• Die Anmeldung ist verbindlich.	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.• Die Vergabe erfolgt nicht nach dem first-come, first-serve Prinzip, der Zeitpunkt ihrer Anmeldung innerhalb des Anmeldezeitraums spielt somit keine Rolle.• Nach Anmeldeschluss werden die Studierenden zeitnah über die Zuteilung informiert werden.• Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.	<ul style="list-style-type: none">• Beachten Sie hierzu die jeweiligen Informationen und Rahmenbedingungen der einzelnen Seminarbeschreibungen.



Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development:

Nutzen & Nutzer von Smart Cities

Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights

Durch den Einfluss der Digitalisierung, den Einsatz neuer Informations- und Kommunikationskonzepten sowie den zunehmenden Trend der Urbanisierung sind Städte bereits heute, jedoch vor allem zukünftig Zentren des ökonomischen Wachstums, der Innovation sowie der bezahlten Beschäftigung. Doch was verbirgt sich hinter dem Begriff der Smart City? Welche Nutzer profitieren von dieser Entwicklung und welchen Nutzen stiftet sie bei Unternehmen und Bevölkerung? Mit diesen und weiteren Fragestellungen setzen sich die Studierenden in einem zweistufigen Forschungsprozess auseinander, indem gruppenspezifische Themenstellungen sowohl literaturbasiert als auch empirisch untersucht werden.

- Kick-off Informationsveranstaltung voraussichtlich 09.04.2019, 10-12 Uhr
- Zwischenpräsentation Semestermite
- Abgabe der Seminararbeit / Abschlusspräsentation Semesterende
- **Die genauen Uhrzeiten und Daten des Seminars werden noch bekanntgegeben.**
- Die Bearbeitung findet in **kleinen Gruppen** 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 einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der Diskussion zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **20** Plätze).
- Dozent: Prof. Dr. Voeth mit Mitarbeitern
- Ansprechpartner: Benjamin Zimmermann (b_zimmermann@uni-hohenheim.de)

**Modalitäten zur Anmeldung | Marketing & Business Development (570A) | Dienstleistungsmanagement (570D) |
Lehrstuhl für Katholische Theologie und Wirtschaftsethik (560 D) | Marketing & Konsumentenverhalten (570E)**



Seminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement: Theoretisch-konzeptionelle Untersuchungen zur Servicetransformation

Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights

Die Studierenden setzen sich im Rahmen des Seminars intensiv und **systematisch** mit der **Literatur zur Servicetransformation** auseinander. Sie entwickeln dazu eine eigene Fragestellung und werten die Literatur diesbezüglich aus. Ziel ist das Erstellen einer **theoretisch-konzeptionellen Arbeit**, deren Inhalt eine Systematisierung und Konzeptualisierung der bestehenden Literatur zur jeweiligen Fragestellung darstellt. Dazu wird das Verfahren der **strukturierten Literaturanalyse** angewendet.

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

Kick-off Informationsveranstaltung
1-2 Workshops
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

Anfang April 2019
Mitte/Ende April und Ende Mai 2019
Mitte Juni 2019
Mitte Juni 2019

- Die Bearbeitung findet in **Kleingruppen** 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 der Workshops und der Diskussion zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. 20 Plätze)

Dozent: Prof. Dr. Karsten Hadwich mit Mitarbeiter

Ansprechpartnerin: Bettina Bürkin (bettina.buerkin@uni-hohenheim.de)

**Modalitäten zur Anmeldung | Marketing & Business Development (570A) | Dienstleistungsmanagement (570D) |
Lehrstuhl für Katholische Theologie und Wirtschaftsethik (560 D) | Marketing & Konsumentenverhalten (570E)**



Seminar am Lehrstuhl für Wirtschaftsethik: „Management- und Marketing-Ethik“ (5702-441) anrechenbar für die Schwerpunktfächer Management sowie M&M 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 Wintersemesters (wird rechtzeitig angekündigt)
- Präsentation gegen Ende der Vorlesungszeit des Sommersemesters (meist in zwei Blockveranstaltungen)

Basisliteratur (als Hintergrund für alle Themen)

SCHRAMM; MICHAEL (2014): Business Metaphysics, in: Forum Wirtschaftsethik (Jahreszeitschrift des DNWE) 22. Jahrgang, S. 51-58. Online: <http://www.dnwe.de/forum-wirtschaftsethik-online-1-2014.html>

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.

**Modalitäten zur Anmeldung | Marketing & Business Development (570A) | Dienstleistungsmanagement (570D) |
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 führen, in Abstimmung mit dem/der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter/in, eine empirischen Studie durch.

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

- Kick-off Informationsveranstaltung Anfang/Mitte April 2019
- SPSS-Einführung und SPSS-Test Anfang/Mitte April 2019
- Abgabe der Seminararbeit Juni/Juli 2019
- Präsentation der Arbeit Juni/Juli 2019

- Die Seminarsprache ist **ENGLISCH**.
- Die Bearbeitung findet in **Kleingruppen** 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 Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **18** Plätze).
- Ansprechpartnerin: Shirin Gatter (shirin.gatter@uni-hohenheim.de)