



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Master-Thesis im Schwerpunkt Marketing & Management (SoSe 2022)

ONLINE via Zoom am 13.12.2021, 16.00-17.30 Uhr

**Detaillierte Information zum Ablauf von
Masterabschlussarbeiten an den jeweiligen
Lehrstühlen sowie zu den Anmeldemodalitäten**





Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Unternehmensführung

Vor der Lehrstuhlzuteilung	Vor der Anmeldung	Während der Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">▪ Forschungsschwerpunkte:<ul style="list-style-type: none">▪ Dienstleistungsmanagement▪ Organizational Behavior▪ Digitale Transformation▪ Der Lehrstuhl bietet allgemeine Themenbereiche an → Infos in ILIAS▪ Eigene Vorschläge oder Praxisarbeiten können auch umgesetzt werden, solange die jeweiligen Themen in den Forschungsschwerpunkten des Lehrstuhls angesiedelt sind und eine wissenschaftliche Bearbeitung gewährleistet ist.▪ Direktabsprachen sind möglich → Dafür muss vor der Zuteilung ein Exposé* eingereicht werden (SoSe: Ende Januar).	<ul style="list-style-type: none">▪ Sie konkretisieren in Absprache mit Ihrem/r Betreuer/in die Fragestellung der Arbeit.▪ Bei eigenen Themenvorschlägen muss ein Exposé* eingereicht werden.▪ Zur Konkretisierung und Einarbeitung in den Themenbereich ist ein Zeitraum von vier Wochen vorgesehen.▪ Die Anmeldung der Arbeit beim Prüfungsamt erfolgt im Rahmen eines Anmeldegesprächs mit Frau Prof. Dr. Büttgen und Ihrem/r Betreuer/in. Hier werden auch das finale Thema und der Titel der Arbeit festgelegt. <p><small>*enthält: Problemstellung, Zielformulierung der Arbeit & die zentrale Untersuchungsfrage sowie die dazu verwendeten Quellen enthält (max. eine Seite).</small></p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Empirische Bearbeitung Ihre Fragestellung nach den Richtlinien wissenschaftlichen Arbeitens.▪ Leitfaden, Handreichung & Formatvorlage → ILIAS▪ Die Bearbeitungszeit beträgt i.d.R. vier Monate (alte PO – drei Monate).▪ Fragen, die während der Bearbeitung auftreten, klären Sie mit Ihrem/r Betreuer/in.▪ Weitere Informationen auf der Website: https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/abschlussarbeiten und in ILIAS Magazin » Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften » Institut für Marketing und Management (570) » BWL insb. Unternehmensführung (570B) » Abschlussarbeiten

Ihre Ansprechpartnerin für Abschlussarbeiten am Lehrstuhl: Tania Diehl (tania.diehl@uni-hohenheim.de)



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Unternehmensführung

Mögliche Themenbereiche im SoSe 2022 (Auswahl – gesamte Liste der Themenbereiche ab Mitte Januar in ILIAS verfügbar; Bearbeitung auf Deutsch und Englisch möglich):

Schwerpunkt Dienstleistungsmanagement

- Customer participation stress – can service employees help decrease customer participation stress?
- Collaborative Intelligence – What responsibility gaps emerge in financial services when employees and AI work together?
- Learn to be unprepared – exploring the effects and coping strategies of knowledge gap related work strain in (junior) consultants: a qualitative-empirical analysis

Schwerpunkt Leadership/Organizational Behavior

- Der CEO als Influencer – Identifikation von Erfolgsfaktoren der Social-Media-Kommunikation von CEOs (z. B. auf Twitter, LinkedIn, Instagram)
- What role do leaders play in informal learning processes? – Eine empirische Studie zum Einfluss der Führungskraft auf das informelle Lernen von Mitarbeitenden
- Pressure by Deadlines and Milestones – The influence of time pressure in project work on perceived stress of employees
- How to Deal with Stress? – Eine empirische Analyse von Coping-Strategien zum Umgang mit Stresssituationen durch Work Overload am Arbeitsplatz.

Weitere Informationen in ILIAS:

Magazin » Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften » Institut für Marketing und Management (570) » BWL insb. Unternehmensführung (570B) » Abschlussarbeiten



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement

a

Empirisch fundierte Masterarbeit

Aufbereitung der wissenschaftlichen Literatur sowie Durchführung einer empirischen Untersuchung

b

Empirisch fundierte Masterarbeit im Unternehmenskontext*

* max. 3 pro Semester

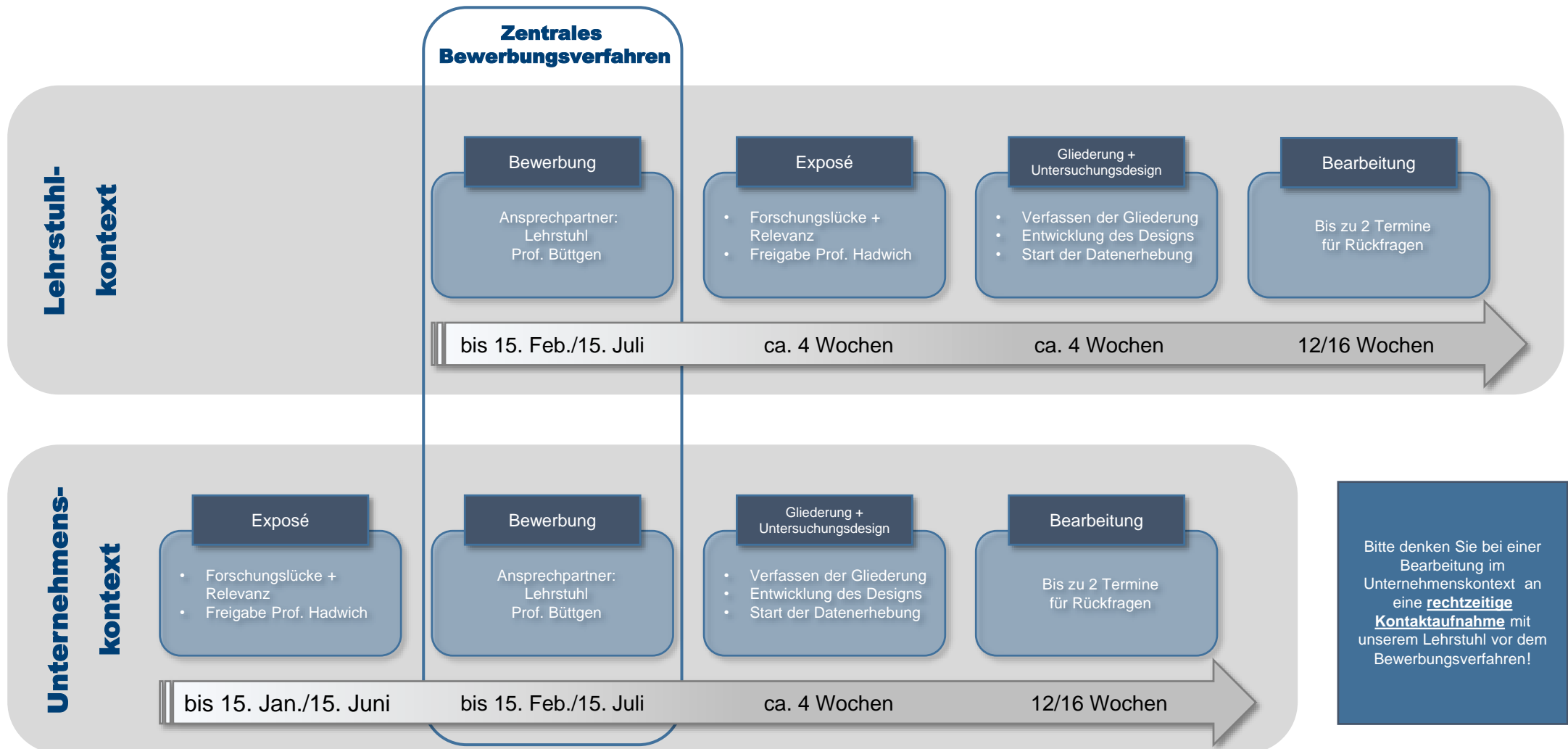
Unternehmensbezogene Masterarbeiten zur Klärung spezieller praxisbezogener Fragestellungen eines selbst gewählten Kooperationspartners

Themen- bzw. Forschungsgebiete:

- Customer Success Management
- Markentransformationsprozesse
- Digitale Servicetransformation
- Kulturelle Veränderungsprozesse in der Servicetransformation



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement



Bitte denken Sie bei einer Bearbeitung im Unternehmenskontext an eine **rechtzeitige Kontaktaufnahme** mit unserem Lehrstuhl vor dem Bewerbungsverfahren!



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Wissenschaftliche Bearbeitung einer spezifischen Fragestellungen aus dem Bereich Marketing/
Konsumentenverhalten mit theoretischem und empirischem Teil

Gliederung und Aufbau der Arbeit:

Zielsetzung

Theoretische Überlegungen

Stand der empirischen Forschung

Empirische Studie

Fazit

Es werden ausschließlich (quantitativ) empirische Abschlussarbeiten betreut!

→ **Erfahrungen** im empirischen Arbeiten sowie **SPSS-Kenntnisse** sollten vorhanden sein.

→ Rechtzeitige **Planung des Bearbeitungszeitraums**, da bei empirischen Arbeiten möglicherweise mehr Vorlaufzeit erforderlich ist.



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten

Beispiele für aktuell angebotene Themenbereiche

- Multilinguale Produktkommunikation
- Nachhaltigkeit im Marketing
- Wirkung von Hinweisen auf das Markenalter

→ Sie finden auf unserer Homepage eine Liste mit aktuell betreuten Themenbereichen sowie eine kurze Vorstellung unserer Forschungsschwerpunkte

Ablauf nach Zuteilung zu unserem Lehrstuhl

- 1) Kick-Off Veranstaltung: Informationen zum Ablauf
- 2) Vorstellung der Themenbereiche durch die/den jeweilige/n Betreuer/in
- 3) Präferenzabgabe und Zuteilung zu einem/r Betreuer/in
- 4) Erarbeitung der spezifischen Fragestellung in Absprache mit dem/r Betreuer/in
- 5) Begleitende Veranstaltungen: Einführung in das empirische Arbeiten und SPSS-Kurs
- 6) Anmeldung beim Prüfungsamt: bis spätestens 15. Juni bzw. 15. Januar



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de

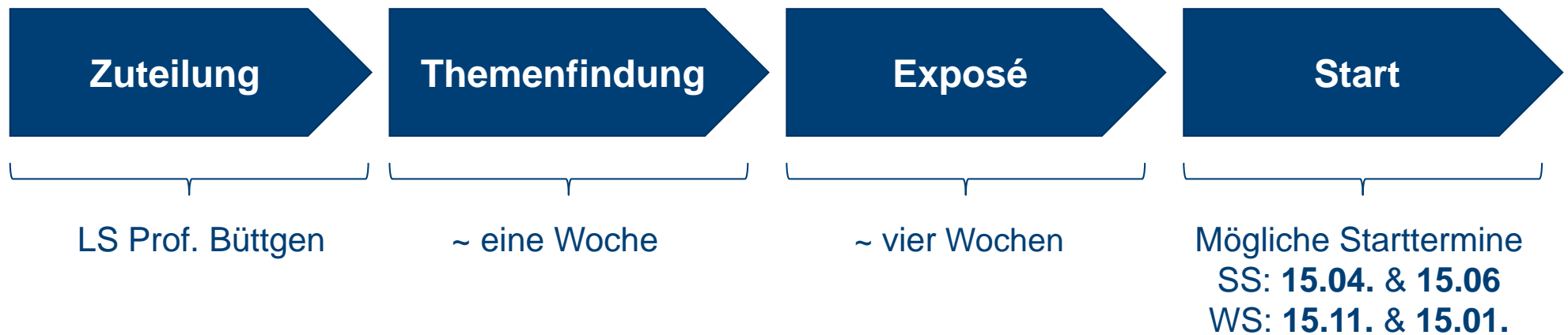


Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement



Was Sie erwarten können

- Unterstützung von Forschungsinteressen im Bereich **Innovationsmanagement**
- Beratung in regelmäßigen Treffen
- Transparenz in unseren Anforderungen
- Gute & rechtzeitige Kommunikation

Was wir erwarten

- Einhalten von internationalen akademischen Standards
- Gute Vorbereitung (s. [ilias](#) & [website](#))
- Eigenverantwortliches Arbeiten
- Gute & rechtzeitige Kommunikation



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement

- Nachdem Sie unserem LS zugeteilt wurden, erhalten Sie wenig später eine E-mail von uns, in der wir Ihnen mitteilen, wer Ihre Arbeit betreut.
- Bitte schicken Sie Ihrem Betreuer / Ihrer Betreuerin ca. 6 Wochen vor Ihrem geplanten Starttermin eine E-mail, um ein erstes Treffen zu vereinbaren.
- Bitte lesen Sie unsere Guideline für Masterarbeiten sorgfältig durch.
- Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne jederzeit per Mail zur Verfügung:

maike.becker@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement

- Masterarbeiten werden typischerweise auf Englisch verfasst.
- Wir haben eine Präferenz für empirisches Arbeiten.
- Sie sollten deshalb in der Lage sein,
 - Daten selbständig zu finden (Sekundärdaten),
 - Daten aufzubereiten,
 - Analysen mit einem Statistikprogramm Ihrer Wahl ausführen zu können.
- Alternativ sind auch strukturierte Literaturanalysen möglich.



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement

Themen aus vergangenen Semestern:

- Does international co-invention increase the catch-up probability?
- The influence of cultural distance in innovation management
- Relationship between gender of TMT on innovation performance
- Determinants of sustainable innovation

**Wir freuen uns über eigene Themenvorschläge,
stellen bei Bedarf aber auch gerne spannende Themen zur Verfügung.**



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de



Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Digitales Management



Unser Ziel ist, mit verhaltens- und gestaltungsorientierten Methoden Wissen zu schaffen und Wissen zu vermitteln, um damit einen Beitrag zu leisten, das transformative Potential der Digitalisierung für Individuen, Teams, Unternehmen und Gesellschaft zu heben.



Themenbereiche und ausgewählte Themen

Intelligenz in vielen Formen

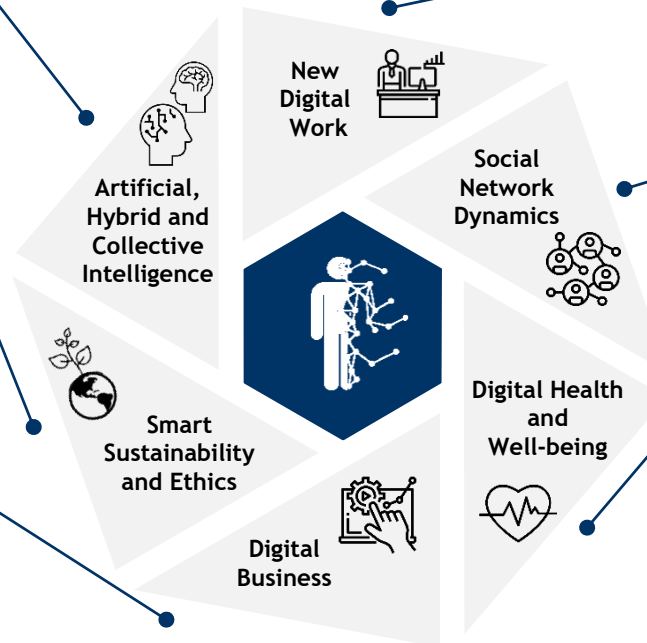
- KI-gestützte, kollektive Entscheidungen
- Mensch-KI-Interaktion und Explainable AI
- Anthropomorphe Systeme
- Kausalität und KI
- Ethik im Umgang mit KI
- Machine-Learning und Data Science

Nachhaltigkeit durch Digitalisierung

- Smarte, nachhaltige Städte und Quartiere
- Smart Farming
- Digitalisierung in der Bioökonomie
- Nachhaltige und ethische Informationssysteme
- Nachhaltige Innovationen in Unternehmen
- Nachhaltige Geschäftsmodelle

Digitale Geschäftsmodelle & -strukturen

- Kundenzentrierung
- Digitale Innovation und Services
- Datenschutz und -souveränität
- Management von Unternehmens- und Kundendaten
- Digitale Transformation von Unternehmen, Arbeitssystemen und Ökosystemen



Digitalisierung der Arbeitswelt

- Digitaler Arbeitsplatz, New Work
- Homeoffice und mobile Arbeit
- Akzeptanz und Nutzung von IT
- Digital Leadership und Empowerment
- Change Management

Kommunikation & Kollaboration in Netzwerken

- Social Media Analytics und Echokammern
- Fake News und Desinformation
- Crowdsourcing und Crowdsolving
- Digitale Kommunikation und Kollaboration innerhalb von Unternehmen
- Psychological Well-being in Social Media

Digitale Gesundheit & gesunde Digitalisierung

- Gesunder Umgang mit digitalen Technologien
- Digitaler Stress und Dark Side of IT
- Eustress und Flow bei digitaler Arbeit
- Positive Verhaltensanpassungen durch Gamification, Nudging und Self-tracking
- Digital Health Services, Systems und Innovation
- Krankenhausdigitalisierung & Qualität der Gesundheitsversorgung



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Digitales Management

Dein Weg bei uns

Bewerbung & Zuteilung

- Du hast Interesse an quantitativ empirischen Studien oder gestaltungsorientierten Ansätzen
- Bewirb dich über die zentrale Zuteilung
- Bekomme themenspezifische Unterstützung von uns

Direktabsprache*

- Vom 15.12.-11.01.2022 kannst du dich über unsere Website für eine Direktabsprache bei uns bewerben
- Hierfür fragen wir nach deiner Motivation und Vorerfahrung

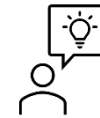
Konkretisierung

- Besprich dein Thema mit unserem Team
- Arbeite dich in das Thema ein
- Erstelle eine Gliederung und ein Exposé
- Melde deine Arbeit beim Prüfungsamt an



Deine Möglichkeiten bei uns

Themenwahl



Für die Themenwahl stellen wir auf unserer Website [OnePager](#) zur Verfügung, auf die du dich für die Direktabsprache oder nach Zuteilung bewerben kannst.

Exposé



Starte zielorientiert mit uns durch! Halte die Key-Facts deiner Masterarbeit in einem OnePager fest.

Bearbeitung



Du bearbeitest dein Thema 3 bzw. 4 Monate auf deutsch oder englisch. Bei Fragen kannst du jederzeit mit uns sprechen. Nach der Abgabe erhältst du gerne auch Feedback.



Deine Ansprechpartnerin: Anne Christmann (digital@uni-hohenheim.de)

Website des Lehrstuhls für Lehre-Themen: <https://digital.uni-hohenheim.de/lehre>

Shaping the Togetherness of Tomorrow: Crowdsourcing Platforms in Smart and Sustainable Cities



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Motivation

- By 2050, it is estimated that 70% of the world's population will live in cities, which poses new challenges in terms of living together (e.g., increasing energy demand, decreasing housing space, difficulties in reaching the citizens)
- How we can live together sustainably in a limited space will be largely determined by the use of new digital technologies
- The use of these technologies enables the emergence of so-called smart and sustainable cities (SSC), which are often top-down organized and lack involvement of the individual citizens
- Platforms, specifically crowdsourcing platforms, have the great potential to let citizen participate in the smart and sustainable city's activities or decisions (e.g., collecting ideas on how and where to build green spaces)
- Yet, most SSC do not leverage neither the collective intelligence of their citizens nor the opportunities emerging from crowdsourcing platforms



*Your ideas regarding this topic
are more than welcome*

Potential Research Questions

- **Status quo:** Which crowdsourcing platform approaches in SSC to better reach citizens do exist?
- **Pave the way:** What functionalities should a crowdsourcing platform in SSCs provide?
- **Breaking the ice:** What are the (perceived) barriers to the use of crowdsourcing platforms in SSC?

Contact Person



Oliver Meindl



Scan & contact me

Exemplary Methods

- Structured literature research e.g., on existing crowdsourcing platforms in cities
- Interviews e.g., with experts or future residents of a smart city
- Surveys e.g., from the point of view of the citizens regarding desired functionalities of a crowdsourcing platform
- Moderated focus group e.g., with smart city experts

Literature

- City 5.0: [Rosemann et al. \(2020\)](#)
- Smart City & UN SDGs: [Kutty et al. \(2020\)](#)
- Smart & Sustainable Cities: [Ahvenniemi et al. \(2016\)](#)
- Participation in Cities: [Simonofski et al. \(2017\)](#)
- Crowdsourcing: [Estellés-Arolas et al. \(2012\)](#)
- Crowdsourcing & Cities: [Shahrour and Xie \(2021\)](#)

Artificial Emotional Intelligence in Online Algorithms

Motivation

- So far, online algorithms (e.g., in advertising or social networking sites) hardly consider emotional factors and therefore mostly provide unempathetic results
- In the case of online advertising, for example, these results can have negative implications not only for the addressees, but also for the providers: If, after an engagement has been broken off, people continue to be shown ads for wedding rings, this has a negative impact on both the recipients (poor well-being) and on the advertisers (no advertising effect, negative effects on corporate image).
- Structured research on the state of the art as well as requirements for emotional online algorithms can contribute to the well-being of both users as well as provide economic benefits to providers.



Research Question

- How might online algorithms be designed to become more empathetic?

Contact Person



Lukas Bonenberger

Method/ Literature

- Webster, Jane, and Richard T. Watson. "Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review." *MIS Quarterly*, vol. 26, no. 2, 2002, pp. xiii-xxiii. JSTOR, www.jstor.org/stable/4132319. Accessed 17 May 2021.
- Schultze, Ulrike; Avital, Michel (2011): Designing interviews to generate rich data for information systems research. In: *Information and Organization* 21 (1), S. 1-16. DOI:10.1016/j.infoandorg.2010.11.001.
- Pedersen, CL. Empathy-based marketing. *Psychology & Marketing*. 2021; 38: 470- 480. <https://doi.org/10.1002/mar.21448>
- Salehi-Abari, Amirali; Boutilier, Craig; Larson, Kate (2019): Empathetic decision making in social networks. In: *Artificial Intelligence* 275, S. 174-203. DOI: 10.1016/j.artint.2019.05.004.



Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de

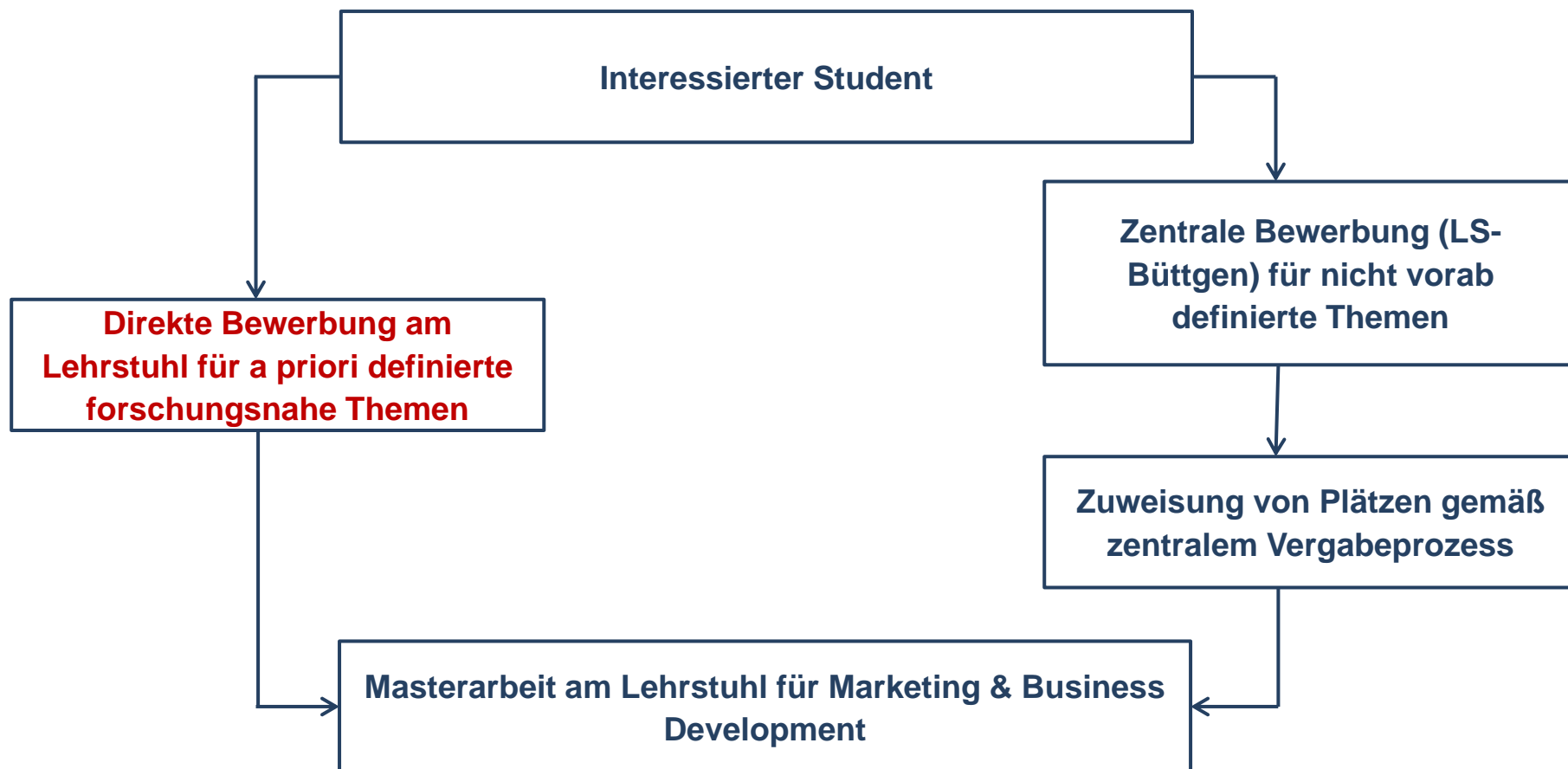


Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development





Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Themen zu forschungsnahen Arbeiten sowie Themen, die in der Vergangenheit an unserem Lehrstuhl vergeben wurden und die Sie gerne als Inspiration für Ihre Themenfindung nutzen können, finden Sie unter folgendem Link:
<https://mub.uni-hohenheim.de/abschlussarbeiten>



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Am Lehrstuhl für Marketing & Business Development sind Themen aus allen Bereichen des Marketing möglich! Beispiele für vergebene Themen am Lehrstuhl für Marketing & Business Development:

... aus unseren Forschungsschwerpunkten / -interessen:

- Akzeptanz und Wirkung automatisierter Agenten für die Verhandlungsführung
- Verhandlungsethik in Einkaufsverhandlungen - Spielräume und Grenzen unethischen Verhaltens
- Planung von effektiven und effizienten Strategien im Konzessionsmanagement - eine empirische Analyse
- Verhandlungstaktiken gezielt einsetzen! - Eine literaturbasierte Analyse von Verhandlungstaktiken und deren situationsspezifischen Einsatz

... aus aktuellem Anlass:

- Coca-Cola, Nike und Vodafone: Werbewirkung in Zeiten der COVID-19-Krise
- The New Normal – Die COVID-19-Krise als Auslöser für Geschäftsmodellinnovationen - eine empirische Analyse

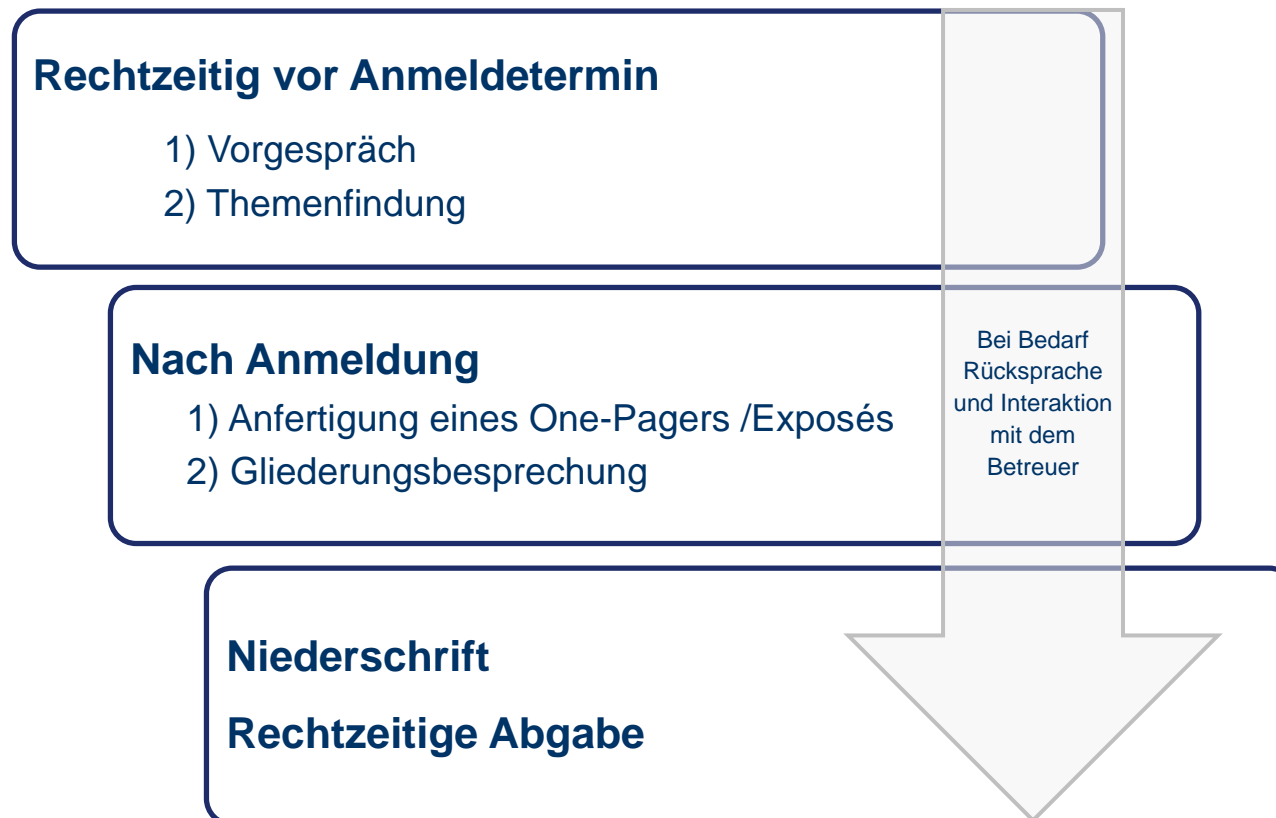
... aus diversen Marketing-Bereichen:

- Adoptionshemmnisse bei autonomer öffentlicher Personenbeförderung - eine Analyse am Beispiel von Robotaxis



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Die Betreuung erfolgt individuell, nach den Erfordernissen der Arbeit. Folgender Grob Ablauf hat sich als zielführend erwiesen und wird daher von jedem Studenten (mit vorab und nicht vorab definiertem Thema) durchlaufen:





Beteiligte Lehrstühle



Marketing & Business Development
Prof. Dr. Markus Voeth (570 A)

Ansprechpartner:
Michael Oryl, M.Sc.
michael.oryl@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Tania Diehl, M.Sc.
tania.diehl@uni-hohenheim.de



**Unternehmensgründungen und Unternehmertum
(Entrepreneurship)**
Prof. Dr. Andreas Kuckertz (570 C)

Ansprechpartner:
Sebastian Hinderer, M.Sc.
sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartner:
Daniel Ruthardt, M.Sc.
daniel.ruthardt@uni-hohenheim.de



Marketing & Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Verena Hüttl-Maack (570 E)

Ansprechpartnerin:
Tara Sedghi, M.Sc.
tara.sedghi@uni-hohenheim.de



Innovationsmanagement
Prof. Dr. Bernd Ebersberger (570 F)

Ansprechpartnerin:
Maike Becker, M.Sc.
maike.becker@uni-hohenheim.de

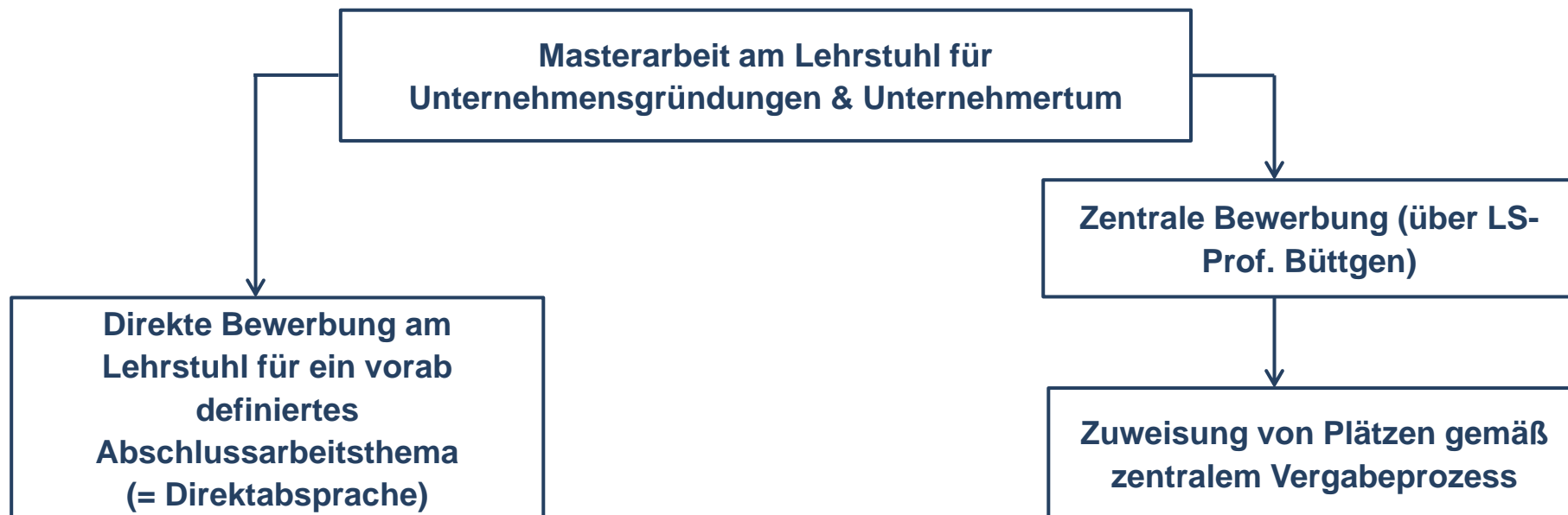


Digitales Management
Prof. Dr. Henner Gimpel (570 G)

Ansprechpartnerin:
Anne Christmann
anne.christmann@uni-hohenheim.de



Masterarbeiten am Lehrstuhl Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship)





Masterarbeiten am Lehrstuhl Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship)

Masterarbeit am Fg. Unternehmensgründungen & Unternehmertum (Entrepreneurship)

Lehrstuhlinterne
Zuteilung

Absolventen-
Kolloquium

Themenfindung und -
konkretisierung

Anmeldung (bis
spätestens 15.05.)

- Masterarbeiten am Fg. Unternehmensgründungen & Unternehmertum (Entrepreneurship) sind i.d.R. **empirisch** oder folgen einer extrem **strukturierten** Vorgehensweise (SLR).
- **Themen** werden von den Studierenden **selbstständig** entwickelt, um eine bestmögliche Passung zu den individuellen Karrierezielen zu erreichen.
- Abschlussarbeiten in **Kooperation mit Unternehmen** sind im Einzelfall möglich. Diese werden aber direkt über den Lehrstuhl als Auftragsforschungsprojekte organisiert.



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterarbeiten am Lehrstuhl für Wirtschaftsethik (Inhaber: Prof. Dr. M. Schramm)

→ Bewerbung direkt am Lehrstuhl

Informationen zu Abschlussarbeiten am Lehrstuhl für Wirtschaftsethik finden Sie hier:

<https://theology-ethics.uni-hohenheim.de/88745>



Informationen zum wissenschaftlichen Arbeiten

Auf P2Go finden Sie Videos zum wissenschaftlichen Arbeiten:

<https://p2go.uni-hohenheim.de/P2G/cataloguepage.aspx>

Erweiterte Suche

9 ERGEBNISSE SUCHEN FÜR 'SCIENTIFIC'

Kategorie anzeigen

 <p>Scientific Writing 2/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>206 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>	 <p>Scientific Writing 1/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>314 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>	 <p>Scientific Writing 3/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>238 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>
 <p>Scientific Writing 4/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>253 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>	 <p>Scientific Writing 5/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>256 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>	 <p>Scientific Writing 6/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>184 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>
 <p>Scientific Writing 7/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>143 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>	 <p>Scientific Writing 8/8 Apr 20, 2020 00:00 durch Dr. Kristina Bogner (Anbieter von Programminhalten)</p> <p>156 Ansichten Beurteilt 5,00 mehr..</p>	 <p>Hidden Hunger Mrz 01, 2019 12:02</p> <p>7 Ansichten Nicht beurteilt mehr..</p>



Anmeldung zur Master-Thesis im Überblick

Anmeldung

- Anmeldung erfolgt über einen Link auf der Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (www.unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de).
- **Anmeldezeitraum**
15.01.-15.02.2022 (SoSe)
15.06.-15.07.2022 (WS)
- Jeder Studierende äußert **drei Lehrstuhlpräferenzen**. Anschließend werden die Studierenden so zugeteilt, dass alle Studierenden einen Prüfer mit möglichst hoher Präferenz erhalten.
- Wird mit einem Lehrstuhl eine **Direktabsprache** getroffen, nimmt der jeweilige Studierende **trotzdem an dem zentralen Verfahren teil**, sodass alle Masterarbeiten darüber erfasst werden können.

Zuteilung der Master-Thesis

- Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel **nur wenige Tage**, bis die Studierenden informiert sind.
- Sie werden **per E-Mail** informiert, an welchem Lehrstuhl Sie Ihre Abschlussarbeit anfertigen.
- Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.

Bearbeitung der Master-Thesis

- **Die Anmeldung ist verbindlich!**
- Wer bis zum 15.02.2022 am Vergabeverfahren teilnimmt, **sollte bis zum 15.07.2022** mit der Bearbeitung beginnen. Einzelne Lehrstühle geben individuell Anmeldefristen vor.
- Sie melden sich in Absprache mit dem jeweilig betreuenden Lehrstuhl beim Prüfungsamt an.

Zulassung beim Prüfungsamt

- Zur Master-Thesis wird zugelassen, wer bereits 48 ECTS-Punkte im Masterstudium erzielt hat.
- Ab der Anmeldung haben Sie vier Monate für das Verfassen Ihrer Arbeit Zeit (alte Prüfungsordnung: 3 Monate). Für eine mindestens ausreichend bewertete Master-Thesis werden 24 ECTS-Punkte vergeben (alte Prüfungsordnung: 18 ECTS).



Anmeldung zur Master-Thesis

Welchen Masterstudiengang belegen Sie?

- Master in Management (HMM)
- International Business and Economics (IBE)
- Wirtschaftsinformatik
- Economics
- Kommunikationsmanagement und -analyse
- Wirtschaftspädagogik
- Sonstige

Welchen Schwerpunktbereich haben Sie vertieft?

- Finance
- Accounting, Controlling & Taxation
- Health Care & Public Management
- Information Systems, Operations & Supply Chain Management
- Marketing & Management

In welchem Fachsemester studieren Sie aktuell?

An welchem Lehrstuhl haben Sie Ihre erste Seminararbeit geschrieben?

An welchem Lehrstuhl haben Sie Ihre zweite Seminararbeit geschrieben?

Besteht eine Direktabsprache bezüglich des Schreibens Ihrer Master-Thesis mit einem Lehrstuhl?

- Ja
- Nein

Nachname

Vorname

Matrikelnummer

E-Mailadresse

Bitte geben Sie hier ein E-Mailpostfach an, das Sie regelmäßig abrufen.

An welchem Lehrstuhl möchten Sie Ihre Arbeit anfertigen?

Bitte vergeben Sie Ihre Präferenzen von 1 bis 3 (1 = höchste Präferenz).

Die Felder der Lehrstühle, die Sie nicht berücksichtigen möchten, bleiben leer. Wenn Sie eine Direktabsprache mit einem Lehrstuhl haben, dann müssen Sie KEINE Präferenzen abgeben.

Prof. Bütgen (Unternehmensführung)

Prof. Ebersberger (Innovationsmanagement)

Prof. Hadwich (Dienstleistungsmanagement)

Prof. Hüttl-Maack (Marketing & Konsumentenverhalten)

Prof. Kuckertz (Entrepreneurship)

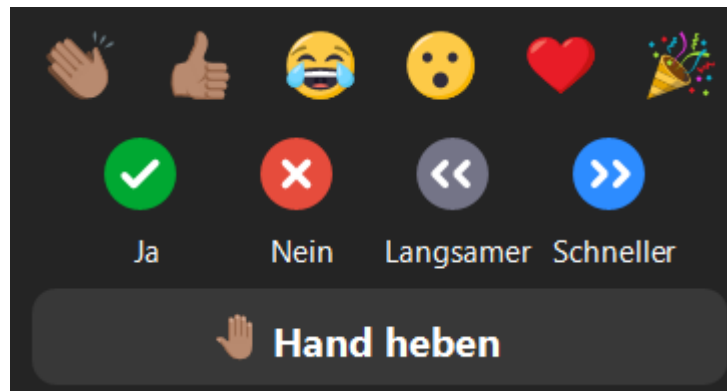
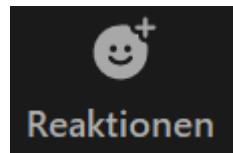
Prof. Voeth (Marketing & Business Development)

Prof. Gimpel (Digitales Management)



Q&A Session

- Bitte heben Sie unter dem Reiter “Reaktionen” digital die Hand, um eine Frage zu stellen (s. unten).
- Sie werden aufgerufen.
- Bitte sagen sie am Anfang kurz an wen der Vortragenden sich die Frage richtet.





UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

■ Ansprechpartnerin zur Vergabe der Master-Thesis



Tania Diehl

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

E-Mail: tania.diehl@uni-hohenheim.de

Präsentation auf ILIAS:

Magazin » Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften » Institut für Marketing und Management (570) » Master-Thesis im Schwerpunkt Marketing und Management »

Und: <https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de>

