



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Master-Thesis im Schwerpunkt Marketing & Management (WiSe 20/21)

ONLINE Via Zoom am 09.06.2020, 16-17.30 Uhr

Herzlich Willkommen – bitte schalten Sie ihr Mikrofon stumm

**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:
Manuel Hefner, M.Sc.
manuel.hefner@uni-hohenheim.de



Unternehmensführung
Prof. Dr. Marion Büttgen (570 B)

Ansprechpartnerin:
Marah Blaurock, M.A.
m.blaurock@uni-hohenheim.de



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

Ansprechpartnerin:
Alicia Prochotta, M.Sc.
a.prochotta@uni-hohenheim.de



Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Karsten Hadwich (570 D)

Ansprechpartnerin:
Denise Joecks-Lass, M.Sc.
denise.joecks-lass@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
NA (570G)

Ansprechpartner/IN:
NA



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Unternehmensführung

Mögliche Themenvorschläge im WS 2020/21 (Auswahl – gesamte Themenliste ab Mitte Juni in ILIAS):

Fokus Dienstleistungsmanagement

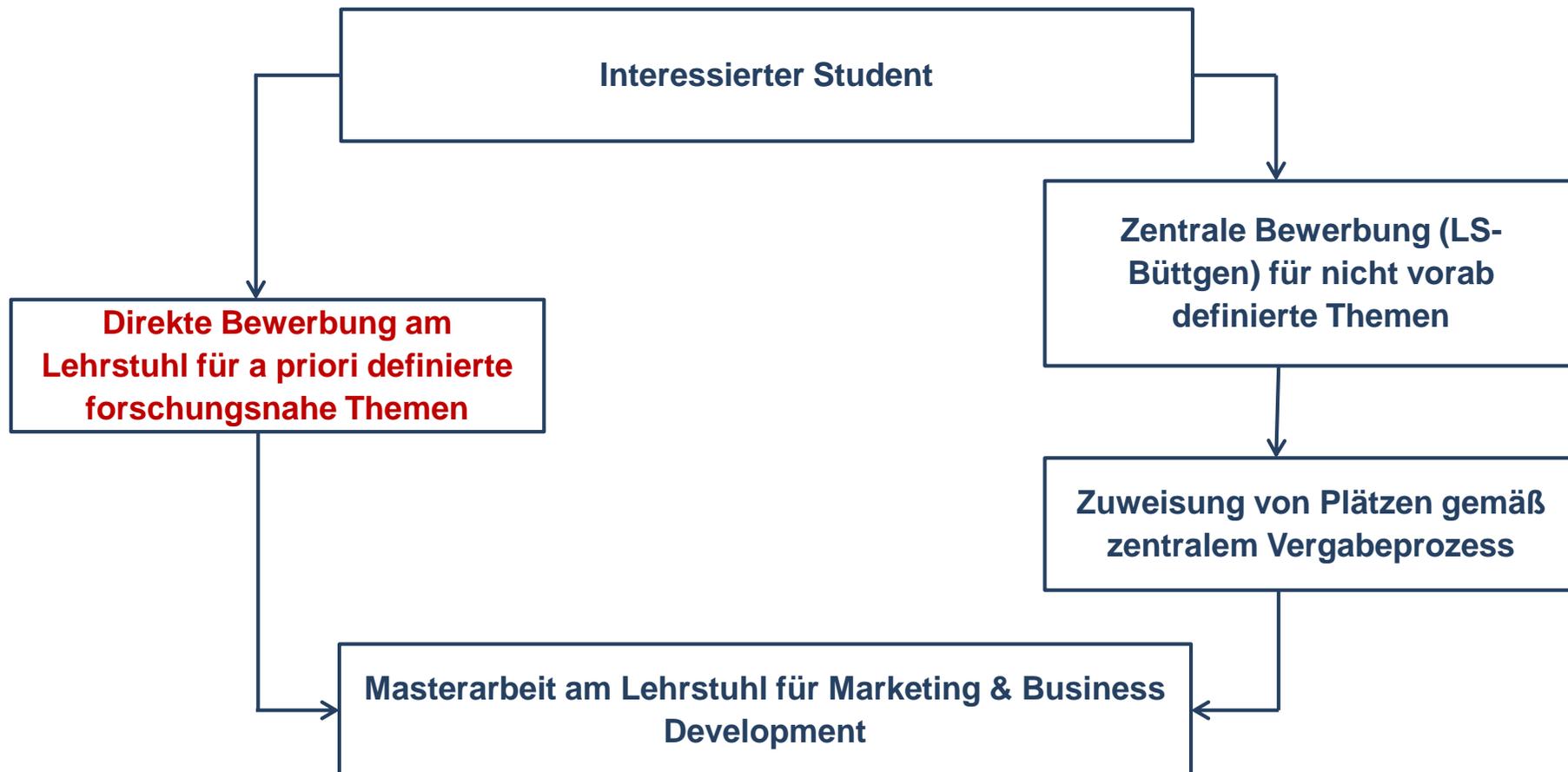
- Hello, why do you trust me? Eine Analyse der Wirkung digitaler Peer-to-Peer-Plattformen auf das Nutzervertrauen
- Do you need a blockchain? Analyse der Eigenschaften von Geschäftsmodellen für einen erfolgreichen Einsatz der Blockchain-Technologie.
- Working with service robots - Analyzing antecedents of employee need fulfillment in collaboration with robots.
- The shape of (ro)bots – what physical configurations of service robots positively/negatively affect customer responses in service delivery?

Fokus Leadership/Organizational Behavior

- HR Analytics – the great opportunity for organizational diversity and minority hiring issues?
- Leadership emergence during exogenous shocks – Bereiten exogene Schocks den Weg für den Erfolg „neuer“ Führungskräfte?
- Eine Analyse von Führungsstrukturen in Online Innovation Communities und deren Einfluss auf den Innovation Output.
- Combining Opposing Leadership Behaviors in Times of Digital Transformation – The Right Way to Go to Enhance Employee Performance?
- Service Employees Working in a Virtual Environment – Investigating the Influence of Leadership Behavior in Crisis-induced Virtual Work Environments.



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development





UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

Themen zu forschungsnahen Arbeiten
finden Sie unter
folgendem Link:

<https://mub.uni-hohenheim.de/abschlussarbeiten>



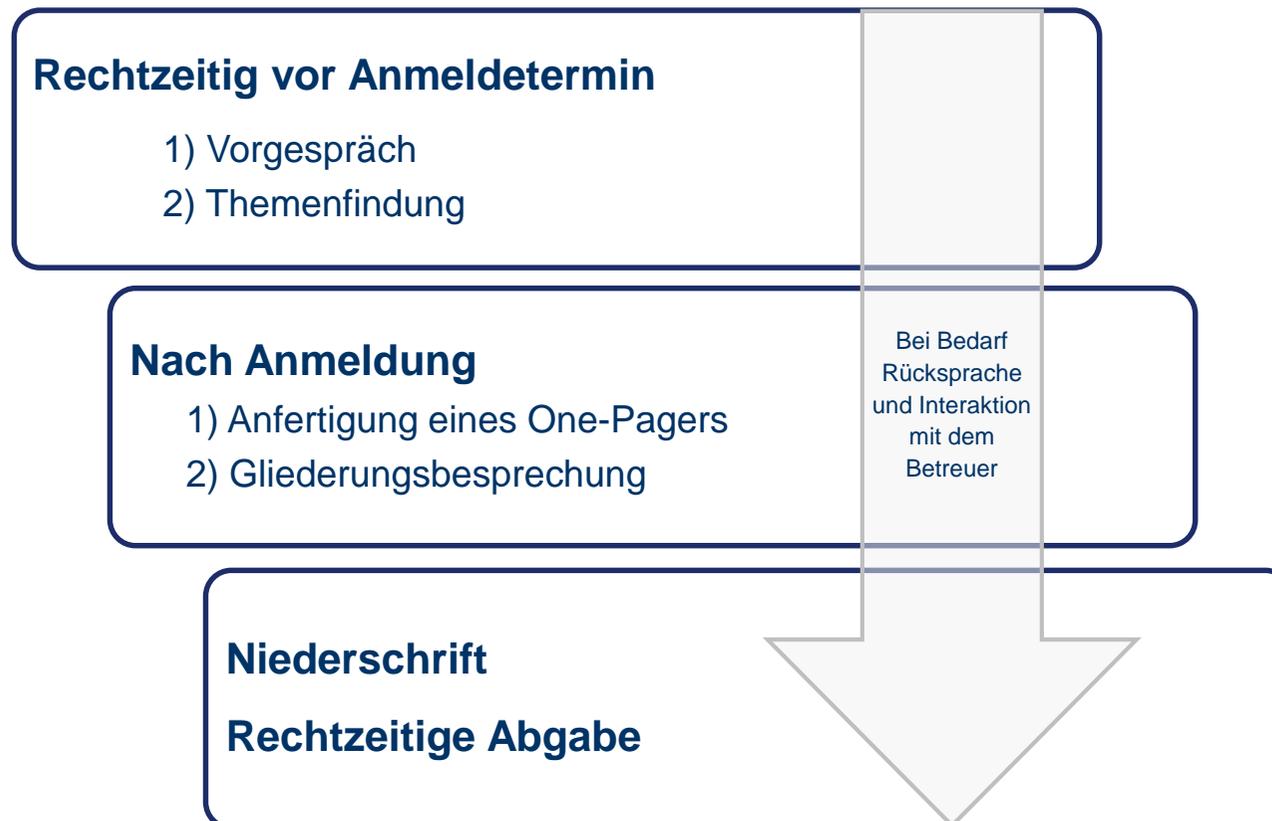
Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

- Am Lehrstuhl für Marketing & Business Development sind Themen aus allen Bereichen des Marketing möglich!
- Beispiele für Themen am Lehrstuhl für Marketing & Business Development:
 - ... **aus unseren Forschungsschwerpunkten / -interessen:**
 - Timing von Business-Development-Aktivitäten bei B2B-Dienstleistungen
 - Einsatzmöglichkeit von Textanalyse-Software zur Untersuchung von Kommunikation in Verhandlungen
 - Heimvorteil am Verhandlungstisch? - eine Analyse von Verhandlungstaktiken und -ritualen des Einkaufs
 - ... **aus aktuellem Anlass:**
 - Going digital or being out-of-date? Die digitale Transformation der Customer Journey aus Kundensicht
 - Digitalisierung des Automobils als Zukunftstreiber der Automobilbranche? Eine HILCA-basierte Akzeptanzstudie bei Potenzialkunden
 - ... **aus diversen Marketing-Bereichen:**
 - „Wenn Preisführer mit Qualität werben“ - Glaubwürdigkeit qualitätsbezogener Kommunikation von Preisführern am Beispiel von Lebensmittel-Discountern



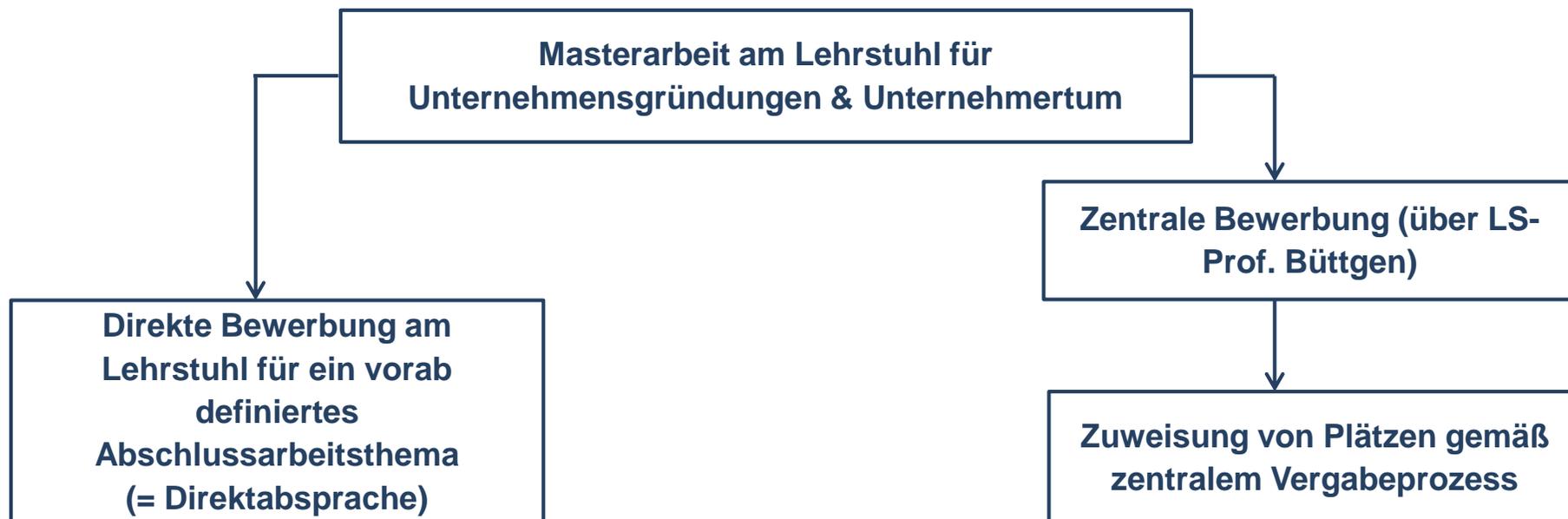
Masterarbeiten am Lehrstuhl für Marketing & Business Development

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:





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 15.12.)

- 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.



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

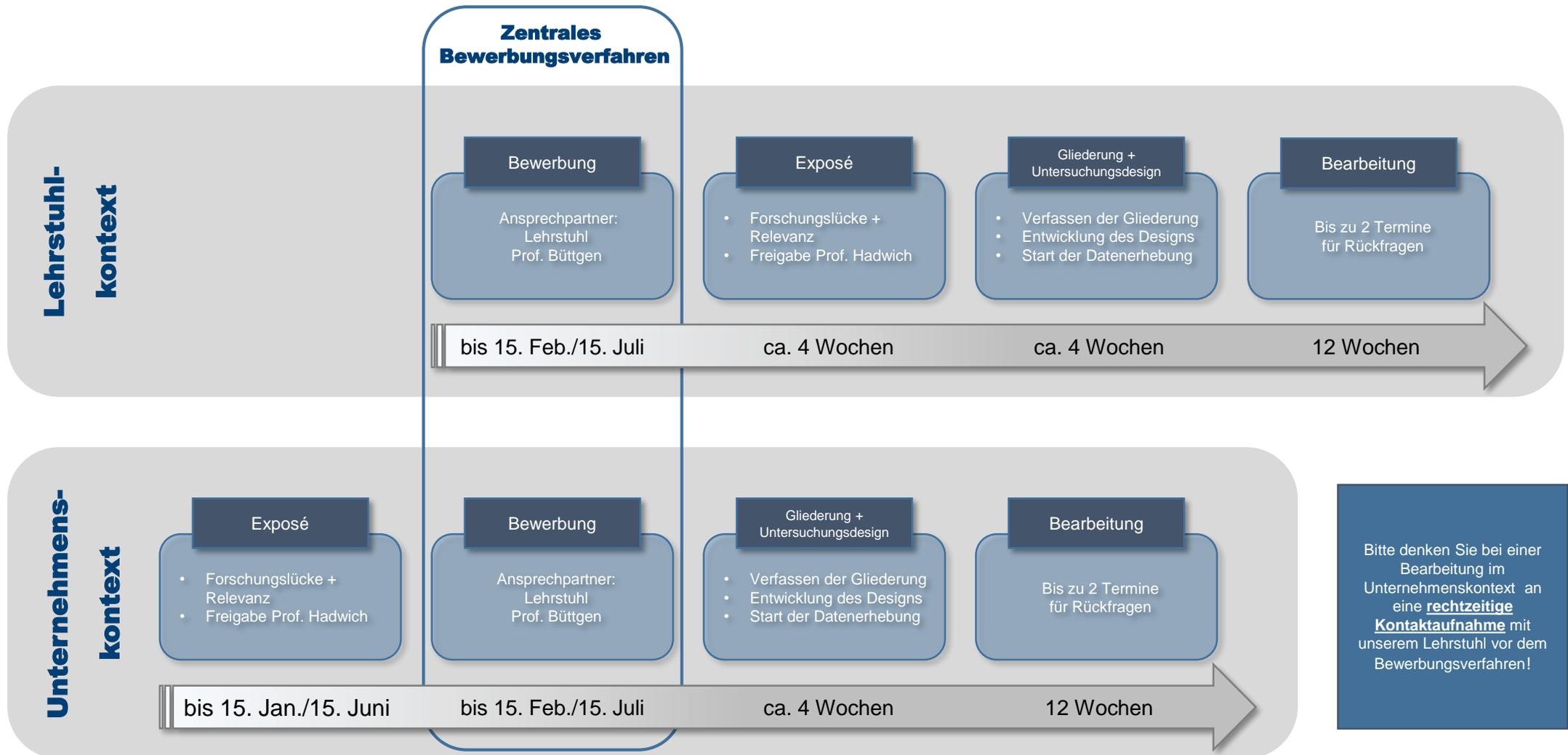
Unternehmensbezogene Masterarbeiten zur Klärung spezieller praxisbezogener Fragestellungen eines selbst gewählten Kooperationspartners

Themen- bzw. Forschungsgebiete:

- Konsumentenverhalten und Pricing
- Digitale Souveränität und Datensouveränität bei Dienstleistungen
- Customer Success Management



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement



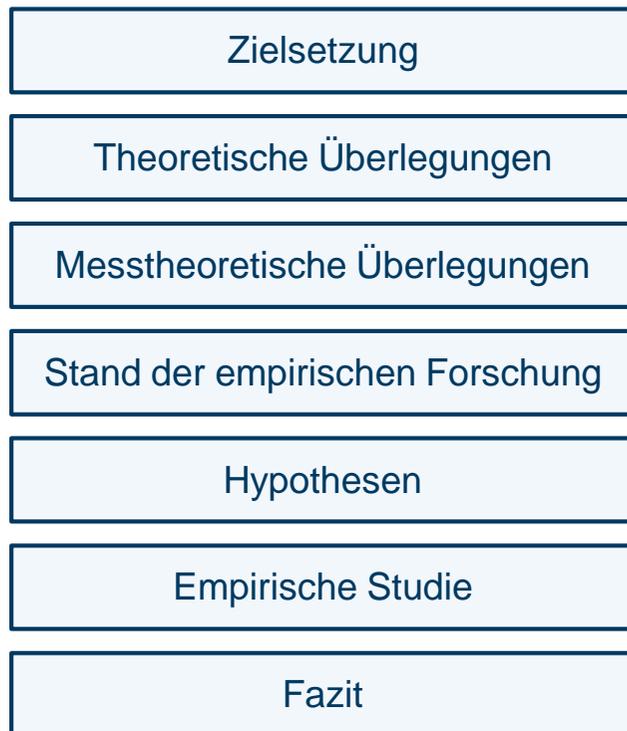
Bitte denken Sie bei einer Bearbeitung im Unternehmenskontext an eine **rechtzeitige Kontaktaufnahme** mit unserem Lehrstuhl vor dem Bewerbungsverfahren!



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:



Es werden ausschließlich 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

- Sprachen auf Produktverpackungen
- Wirkung von Hinweisen auf das Markenalter
- Abbildung des Produzenten auf Produktverpackungen

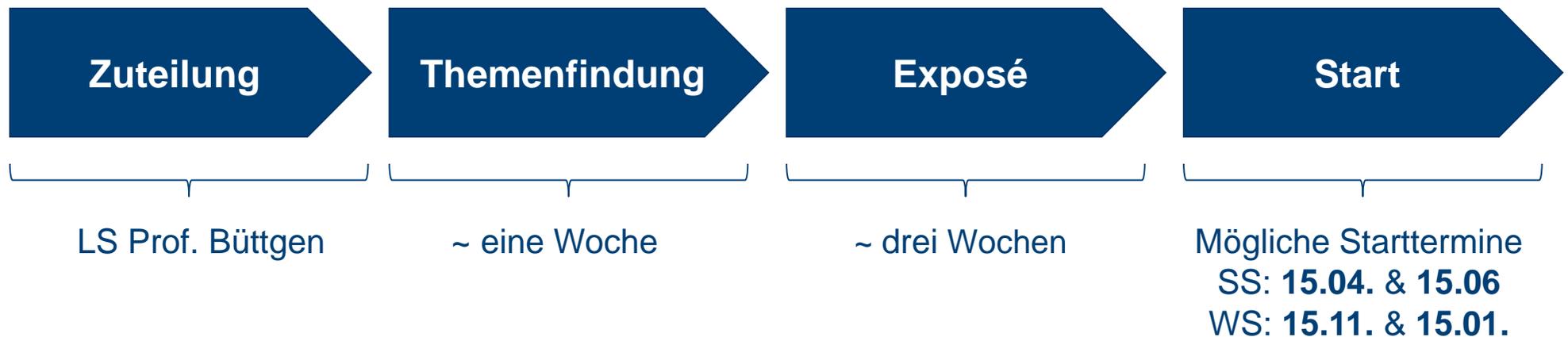
→ Sie finden auf unserer Homepage eine Liste mit aktuell betreuten Themenbereichen sowie eine kurze Vorstellung unserer Forschungsschwerpunkte

Ablauf nach Zuteilung zu unserem Lehrstuhl

- 1) Kick-Off Veranstaltung: Die Forschungsbereiche werden zu Beginn des Semesters von dem/r jeweiligen Betreuer/in vorgestellt.
- 2) Präferenzabgabe und Zuteilung zu einem Betreuer
- 3) Erarbeitung der spezifischen Fragestellung in Absprache mit dem/r Betreuer/in
- 4) Begleitende Veranstaltungen: Einführung in das empirische Arbeiten und SPSS-Kurs
- 5) Anmeldung beim Prüfungsamt: bis spätestens 15. Juli bzw. 15. Februar



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement



Was Sie erwarten können

- Unterstützung von Forschungsinteressen im Bereich **Innovationsmanagement**
- Beratung in regelmäßigen Treffen
- Transparenz in unseren Anforderungen

Was wir erwarten

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



Masterarbeiten am Lehrstuhl für Innovationsmanagement

Themen aus vergangenen Semestern:

- What does it take to manage innovation in an era of digital transformation?
- Does international co-invention increase the catch-up probability?
- The influence of cultural distance in innovation
- Innovation slowdown in the US: Recent trends and developments.
- Sustainability & innovation
- Visual devices in innovation management

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



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

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

→ Bewerbung direkt am Lehrstuhl



Anmeldung zur Master-Thesis im Überblick

Anmeldung	Zuteilung der Master-Thesis	Bearbeitung der Master-Thesis	Zulassung beim Prüfungsamt
<ul style="list-style-type: none">• Anmeldung erfolgt über einen Link auf der Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (www.unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de).• Anmeldezeitraum 15.01.-15.02.2020 (SoSe) 15.06.-15.07.2020 (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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• Die Anmeldung ist verbindlich!• Wer sich bis zum 15.07.2020 anmeldet, sollte bis zum 15.02.2021 mit der Bearbeitung beginnen. Einzelne Lehrstühle geben individuell Anmeldefristen vor.• Sie melden sich in Absprache mit dem jeweilig betreuenden Lehrstuhl beim Prüfungsamt an.	<ul style="list-style-type: none">• Zur Master-Thesis wird zugelassen, wer bereits 48 ECTS-Punkte im Masterstudium erzielt hat.• Ab der Anmeldung haben Sie drei Monate für das Verfassen Ihrer Arbeit Zeit (neue PO: 4 Monate). Für eine mindestens ausreichend bewertete Master-Thesis werden 18 ECTS-Punkte vergeben (neue Prüfungsordnung: 24 ECTS).



Anmeldung zur Master-Thesis

Master-Thesis Vergabe Sommersemester 2019

Bitte füllen Sie für Ihre Bewerbung zur Master-Thesis am Institut Marketing & Management im Sommersemester 2019 alle erforderlichen Felder aus.

Welchen Masterstudiengang belegen Sie?

- Master in Management (HMM)
- International Business and Economics (IBE)
- Wirtschaftsinformatik
- Economics
- Empirische Kommunikationsforschung
- Master für das wirtschaftswissenschaftliche Lehramt
- sonstige

Welche Schwerpunktfächer vertiefen Sie?

In welchem Fachsemester studieren Sie aktuell?

An welchem Lehrstuhl haben Sie Ihre erste Seminararbeit geschrieben?

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.

Prof. Böttgen	<input type="text"/>
Prof. Ebersberger	<input type="text"/>
Prof. Hadwich	<input type="text"/>
Prof. Endrikat (Vertretung Prof. Hahn)	<input type="text"/>
Prof. Höttl-Maack	<input type="text"/>
Prof. Kuckertz	<input type="text"/>
Prof. Voeth	<input type="text"/>



Q&A Session

- Bitte heben Sie unter dem Reiter “Teilnehmer/Participants” 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



Marah Blaurock

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

Tel.: 0711 / 459-23147

E-Mail: m.blaurock@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 unter: <https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de>

