



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management im WiSe 2021/2022

Infos zu den Seminarangeboten





Seminar 1 „Big Mountain – das Business Game zum Verhandlungsmanagement“ (LS Voeth)

Im Rahmen des Seminars kommt das Verhandlungsplanspiel „Big Mountain“ zum Einsatz. Hierbei geht es um den Bau eines neuen Skilifts in einem Skiort in den Alpen. Für das Planspiel werden die Teilnehmer/innen in Teams eingeteilt und nehmen die Rolle einer bestimmten Partei (Skilift-Hersteller, Liftbetreiber, Hotellerie-Vertreter oder Gemeinde-Vertreter) ein. Zunächst werden den Teilnehmer/innen Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements vorgestellt. In verschiedenen, aufeinander aufbauenden Runden sind Verhandlungen mit jeweils anderen Parteien zu führen. Bei der Vorbereitung, Führung und Nachbereitung dieser Verhandlungsrunden sind die zuvor vorgestellten Tools und Instrumente einzusetzen und anzuwenden. Mittels der praktischen Anwendung der Tools lernen die Teilnehmer/innen, komplexe Verhandlungssituationen erfolgreich zu managen. Darüber hinaus wird das individuelle Verhandlungsverhalten verbessert, indem ein individuelles Coaching durch Dozent/innen und Mitspieler/innen erfolgt.

Ablauf:

- Das Seminar findet geblockt an zwei aufeinanderfolgenden Tagen in Präsenz oder digital (abhängig von der weiteren Entwicklung) statt.
- Der Termin wird vor Semesterbeginn über die Website des Lehrstuhls für Marketing & Business Development bekannt gegeben.
- Es besteht Anwesenheitspflicht.
- Die Seminarleistung besteht aus der aktiven Mitarbeit, der zielführenden Anwendung der Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements sowie dem im Planspiel erzielten Ergebnis.
- Es wird empfohlen, dass zuvor die Master-Vorlesung „Verhandlungsmanagement“ belegt wurde.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 16 Personen begrenzt.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozent/innen: Prof. Dr. Markus Voeth, Dr. Iris Pöschl, Niklas Bronnert (M.Sc.)
- Ansprechpartner: Niklas Bronnert (niklas.bronnert@uni-hohenheim.de)



Seminar 2 „Collaborative Intelligence: erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Menschen und KI“ (LS Büttgen)

Anwendungen basierend auf **Künstlicher Intelligenz** werden immer häufiger in Unternehmen eingesetzt. Dabei arbeiten Menschen und Maschinen gemeinsam an Aufgaben zur Erreichung der Ziele der Organisation. Je besser Mensch und Maschine sich ergänzen und zusammenarbeiten, desto eher werden die organisationalen Ziele erreicht (Wilson & Daugherty, 2018; Epstein, 2015). Die aktive Gestaltung kollaborativer Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine, deren Auswirkungen und die zugrundeliegenden Mechanismen der erfolgreichen Zusammenarbeit sind daher von großer Relevanz. Eine künstliche Intelligenz kann dann als **Collaborative Intelligence (CI)** definiert werden, wenn fünf Gestaltungsdimensionen hoch ausgeprägt sind (Transparenz, Stärken gegenseitig stärken, Prozesskontrolle, Ergebniskontrolle und aktives Interagieren; Blaurock & Büttgen, 2020). Bis dato sind die Auswirkungen und Mechanismen der erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen Mensch und (kollaborativer) Künstlicher Intelligenz kaum erforscht. Um diese Forschungslücke zu adressieren, werden die Teilnehmenden des Seminars in Kleingruppen auf Grundlage einer gegebenen CI-Konzeptualisierung ein Forschungsprojekt durchführen und relevante Problemstellungen mit **empirischen Methoden erarbeiten**. Dabei erhalten die Teilnehmenden **Einblick** in den **wissenschaftlichen Forschungsprozess**. In den Präsenzterminen werden die Studierenden die notwendigen **Methoden empirischer Forschung kennenlernen** und durch **Plenumsdiskussionen unterstützt**.

Ablauf:

- Das Seminar startet mit einer **Kick-Off** Veranstaltung **Ende Oktober/Anfang November** und endet mit der Präsentation der Untersuchungsergebnisse zum Ende des Semesters.
- Das Seminar findet voraussichtlich in zweiwöchentlichen Plenumsveranstaltungen statt (sofern pandemiebedingt zulässig, in Präsenz, alternativ via Zoom). Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Teilnehmer werden in Gruppen von 4 Personen eingeteilt.
- Die Seminarleistung besteht aus den entsprechenden Präsentationen und einer schriftlichen Ausarbeitung (Kurzpapier).
- Besuch der Veranstaltung Multivariate Data Analysis wird empfohlen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 16 Personen begrenzt
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozentin: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Marah Blaurock
- Ansprechpartnerin: Marah Blaurock (m.blaurock@uni-hohenheim.de)



Seminar 3 „Practice-inspired entrepreneurship research“ (LS Kuckertz)

Topic

Entrepreneurship is a vibrant research field providing insights to most recent phenomena. However, the discussions in research and practice seem to be hardly connected. Entrepreneurs face multiple challenges in their quest to initiate and grow their ventures. While entrepreneurship research might provide answers on how to solve such challenges, practitioners rarely draw on academic research in their day-to-day business. In order to better connect entrepreneurship research and practice it is necessary to structure academic literature with regard to specific questions that matter to entrepreneurs. One approach to achieve this goal are so-called structured literature reviews (SLRs) (Tranfield et al., 2003). Participants in this class will conduct SLRs based on real challenges of entrepreneurs. Since SLRs are a promising starting point for a thesis, the seminar is particularly interesting for those students who plan to conduct further research on entrepreneurial phenomena in their master's thesis.

Procedure

- We will conduct the seminar entirely in English.
- Questions will be developed together with entrepreneurs during the kick-off meeting.
- Responsible: Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz, Dr. Leif Brändle.
- Dates: Kick-Off-Meeting at the beginning of the winter term, presentation at the end of the winter term, final term paper due at the end of March 2022.
- Ten topics – ten students (max).
- Grading considers an initial annotated bibliography, presentation of the intermediary results, term paper, and active class participation.

Literature

Tranfield, D. / Denyer, D. / Smart, P. (2003): Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review, in: *British Journal of Management*, 14. Jg., S. 207-222.



Seminar 4 „Unternehmenskultur als Wegbereiter eines proaktiven Kundenmanagements“ (LS Hadwich)

In Zeiten von steigendem Wettbewerbsdruck in Unternehmen ist es für diese von Relevanz eine deutliche Abgrenzung zu direkten Konkurrenten zu schaffen. Im Kundenmanagement bedeutet dies eine Veränderung von reaktiven Ansätzen (Kundensupport) hin zu proaktiveren (Customer Success Management) Verhaltensweisen durch die Kundenkontaktperson. Unternehmensinterne kulturelle Veränderungsprozesse können dabei einen entscheidenden Faktor im Erfolg dieses Wandels bedeuten. Im Seminar soll der Einfluss der Unternehmenskultur auf das Kundenmanagement insbesondere auf wahrnehmungsrelevante Faktoren auf Mitarbeiterebene quantitativ empirisch untersucht und beleuchtet werden.

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

Kick-Off
4 Workshops
Präsentation der Arbeit
Abgabe der Seminararbeit

Oktober 2021
November/Dezember 2021
vsl. Januar 2022
vsl. Ende Januar 2022

- 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. 18 Plätze)
- Anrechenbar für das Schwerpunktfach: Marketing oder Marketing-&Management-Insights
- Dozent: Prof. Dr. Karsten Hadwich mit Benjamin Biesinger und Kerstin Sayer
- Ansprechpartner: Kerstin Sayer (kerstin.sayer@uni-hohenheim.de)



Seminar 5 „Current Topics in Consumer Behavior“ (LS Hüttli-Maack)

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. Neugierde in der Werbung, Sprachen in der Produktkommunikation oder nachhaltiges Konsumentenverhalten sein. Zu den „Current Topics“ werden **empirische Projektarbeiten** in Teams durchgeführt, d.h. die Studierenden führen, in Abstimmung mit dem/der zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter/in, eine **empirische Studie** durch.

Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben. *(Im Falle einer Aussetzung des Präsenzbetriebs der Universität werden die Veranstaltungen als Screencasts/Zoom-Meetings stattfinden.)*

Kick-off Informationsveranstaltung
SPSS-Einführung und SPSS-Test
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

Mitte/Ende Oktober 2021
Mitte/Ende Oktober 2021
Ende Januar/Anfang Februar 2022
Ende Januar/Anfang Februar 2022

- 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).
- Ansprechpartner/in: **Katharina Saile** (katharina.saile@uni-hohenheim.de)



■ Seminar 6 „Master Seminar in Innovation Management“ (LS Ebersberger)

The learning goal of this seminar is that students are able

- to develop a research question in the field of International (Innovation) Management,
 - to distill hypotheses,
 - to use (quantitative) data to test these hypotheses, and eventually
 - to write a research paper.
-
- You will work in groups. You will cover theories and concepts in the field of International Management and Innovation Management.
 - We will provide you with a data set that you can use to test your hypotheses.
 - We will meet regularly over the course of the semester. Overall, we plan to have 5 to 7 classes / appointments for coaching, counseling and feedback as well as for interim and final presentations of the research paper you write.
 - In the winter term 2021/2022 the Seminar will probably be held online.
 - To apply for participation in this seminar, please make sure to follow the announcements on our website innovation.uni-hohenheim.de.

The course language will be English.

Contact person: Maike Becker (maike.becker@uni-hohenheim.de)



Seminar 7 „Aktuelle Themen im Bereich Digitales Management“ (LS Gimpel)

Im Rahmen des Seminars werden verschiedene **aktuelle Fragestellungen** aus dem Bereich **Digitales Management** bearbeitet. Diese Themen orientieren sich i.d.R. an unseren Forschungsthemen (siehe Homepage). Mögliche Themenbereiche können z.B. die Kommunikation und Kollaboration im Homeoffice sein, der Wert von Kausalität in Entscheidungsunterstützungssystemen oder der Einsatz von digitalen Technologien zur Verbesserung von nachhaltigem Kundenverhalten sein. Im Seminar werden ausgewählte **qualitative und/ oder quantitative Methoden** eingesetzt, um eine Forschungsfragestellung inhaltlich zu verstehen, zu analysieren und selbstständig zu bearbeiten

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

Kick-off Informationsveranstaltung	Oktober 2021
Zwischenpräsentation	November/ Dezember 2021
Abschlusspräsentation	Dezember/ Januar 2021/22
Abgabe der Seminararbeit	Januar 2022

- Die Seminarsprache ist **Deutsch oder Englisch**.
- Die Bearbeitung findet in **Kleingruppen** statt.
- Eine **Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung** führt automatisch zum **Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz**.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **schriftlichen Ausarbeitung**, einer **Zwischen- und Abschlusspräsentation** sowie einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der **Diskussion** zu den Präsentationen.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **12 Plätze**).
- Ansprechpartnerin: Marlene Blaß (digital@uni-hohenheim.de)



Seminar 8 „Current Topics in Insurance Management“ (LS Schiller)

Im Rahmen des Seminars werden **aktuelle Fragestellungen** in der allgemeine Versicherungswirtschaft sowie Versicherungsmanagement bearbeitet. Themenbereiche sind zum Beispiel:

- General Insurance Topics:
 - Business Models of Insure-Techs
 - Sustainable Insurance Products
- Health Insurance Topics:
 - Can subsidies boost the demand for health insurance?
 - Why do people choose dominated health insurance contracts?

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

Kick-off Informationsveranstaltung
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

September 2021
Mitte Januar 2022
Anfang Februar 2022

- Die Seminarsprache ist **Englisch**.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung (Seminararbeit), einer Präsentation und einem Korreferat.
- Seminararbeiten werden individuell geschrieben. Präsentationen und Korreferate werden in der Regel in Zweiergruppen erstellt.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **16** Plätze).
- Ansprechpartnerin: Kylie Braegelman (kyliaann.braegelman@uni-hohenheim.de)



Seminar 9 „Bedeutung der Rechnungslegung im System der Corporate Governance“ (LS Hachmeister)

Im Rahmen des Seminars werden **aktuelle Fragestellungen** im allgemeine Rechnungswesen sowie der Finanzierung bearbeitet. Dabei wird das Seminar: „Konzernrechnungslegung nach HGB/DRS“ mit dem Thema „Bedeutung der Rechnungslegung im System der Corporate Governance in Deutschland“ angeboten.

Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Terminverschiebungen-/Änderungen sind möglich

Kick-off Informationsveranstaltung
Abgabe der Hausarbeit
Präsentation der Arbeit

Juli 2021
04 Oktober 2021 (bis spätestens 23:59 Uhr)
an 1,5 Tagen in der Woche vom 18 bis zum 24 Oktober 2021

- Die Seminarsprache ist **Deutsch**.
- Die Seminarleistung wird durch Herrn Prof. Dr. Dirk Hachmeister betreut.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung (Hausarbeit) und einer Präsentation.
- Seminararbeiten und Präsentationen werden **individuell** geschrieben und gehalten.
- Die Hausarbeiten sind ausschließlich in **digital** form, fristgerecht und im vorgesehenen Abgabe-Tools des Ilias-Kurses des Seminars abzugeben.
- Für die Teilnahme am Seminar besteht **Anwesenheitspflicht**.
- Ansprechpartnerin: Alina Sigel (alina.sigel@uni-hohenheim.de).



Seminar 10 „New digital roads to the clients in banking and housing finance “ „Digitale Wege zum Kunden im Bankwesen und der Wohnbaufinanzierung“ (LS Burghof)

Die Digitalisierung von Handel und Wirtschaft hat nicht zuletzt große Auswirkungen auf das Bankgewerbe. Neben verstärktem Online-Banking und Neuheiten wie digitalen Zahlungs- oder Finanzierungsplattformen stehen Banken in den letzten Jahren zunehmend vor der Herausforderung, ihre Dienstleistungen am digitalen Wandel zu orientieren und Geschäftsprozesse und -strategien entsprechend neu auszurichten. Die strategische und prozessuale Digitalisierung ist für Banken unumgänglich, um im Wettbewerb mit neuartigen, vorwiegend online agierenden Finanzdienstleistern (FinTechs) bestehen zu können. Eine essentielle Rolle spielt dabei die Neuausrichtung der Kundengewinnung, -kommunikation, und -betreuung.

Im Rahmen des Seminars beschäftigen sich die Studierenden mit Marketingstrategien und -lösungen, die klassische Banken, aber auch digital funktionierende Finanzdienstleistungsinstitute anwenden. Es soll analysiert werden, inwiefern Banken digitale Medien nutzen, um ihre Kunden zu erreichen, wie erfolgreich dies praktiziert wird, aber auch welche Potentiale sich aus der Digitalisierung ergeben bzw. welchen Herausforderungen die Banken gegenüberstehen.

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

Kick-off-Veranstaltung	November 2021
Abgabe der Seminararbeit	Januar 2022
Präsentation der Arbeit	Januar/Februar 2022

- Die Seminarsprache ist wahlweise **Deutsch oder Englisch**.
- Die Bearbeitung findet in **Kleingruppen** statt.
- Eine **Nichtteilnahme an der Kick-off Veranstaltung** führt automatisch zum **Verlust des Anspruches auf den Seminarplatz**.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **schriftlichen Ausarbeitung**, einer **Abschlusspräsentation** sowie einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der **Diskussion** zu den Abschlusspräsentationen.
- Das Seminar findet in (möglicherweise digitalen) Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf maximal **18 Studierende** begrenzt.
- Ansprechpartner: Julia Braun (julia.braun@uni-hohenheim.de)



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Hinweis

Alle angebotenen Seminare lassen sich für die Schwerpunktfächer "Marketing", "Marketing & Management Insights" sowie "Management" gemäß der Prüfungsordnung vom 23.05.2016 problemlos anrechnen. Für Studentinnen und Studenten der neuen Prüfungsordnung vom 21.11.2018 gilt dies analog.



Anmeldung

- Anmeldung für Masterstudierende unter folgendem Link:
<https://ww2.unipark.de/uc/570B/e982/>
- Den Link und die Ankündigungsfolien finden Sie auch auf der Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (<https://uf-lehre.uni-hohenheim.de>)
- Die Anmeldung wird am **15.06.2021 ab 10.00 Uhr** freigeschaltet und endet am **13.07.2021 um 23.59 Uhr**
- Jeder Studierende äußert seine fünf Präferenzen.
- Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.



Anmeldung zum Seminar im Schwerpunktbereich Marketing & Management im Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">• Anmeldung für Masterstudierende über die Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (https://uf-lehre.uni-hohenheim.de)• Anmeldung vom 15.06.2021 bis 13.07.2021 (Anmeldung am 15.06.2021 ab 10.00 Uhr freigeschaltet und endet am 13.07.2021 um 23.59 Uhr)• Jeder Studierende äußert seine fünf Präferenzen.• Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.	<ul style="list-style-type: none">• Studierende, die sich in einem höheren Semester befinden, werden bevorzugt berücksichtigt.• Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz.• Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel nur einige Tage, bis die Studierenden 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.



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Ansprechpartner zur Vergabe der Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management



Tania Diehl

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

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