



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management im SoSe 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.

Rahmenbedingungen:

- Das Seminar findet in **deutscher** Sprache statt.
- Das Seminar findet **geblockt** an zwei aufeinanderfolgenden Tagen in Präsenz oder digital (abhängig von den aktuellen Bedingungen) statt.
- Die Termine werden vor Semesterbeginn über die Homepage 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.
- Dozent/innen: Prof. Dr. Markus Voeth, Michael Oryl (M.Sc.)
- Ansprechpartner: Michael Oryl (michael.oryl@uni-hohenheim.de)



Seminar 2 „Informal Learning in the Workplace“ (LS Büttgen)

Unternehmen befinden sich in einer Phase **grundlegender Veränderungen** und stehen vor komplexen Fragestellungen. In dieser dynamischen Zeit ist es besonders wichtig, eine **resiliente Kultur** zu entwickeln, in der für **Mitarbeitende** sowohl **analog** als auch **virtuell Gelegenheiten** und Räume geschaffen werden, in denen sie sich austauschen können, um **informell zu lernen** und **agil auf Veränderungen reagieren** zu können. Um in dieser sich schnell verändernden Umwelt erfolgreich zu sein, ist es wichtiger denn je, miteinander und voneinander zu lernen, denn bis zu **70 Prozent** der **Kompetenzentwicklung** erfolgt **durch informelles Lernen**, nur rund **30 Prozent** sind das Ergebnis **klassischer Personalentwicklung**. Allerdings besteht **Forschungsbedarf** hinsichtlich **informellen Lernens in dynamischen Zeiten**, spezifisch auch zur **Rolle der Führungskraft in informellen Lernprozessen**. Vor diesem Hintergrund beschäftigen wir uns im Rahmen des Seminars mit verschiedenen, relevanten Fragestellungen hinsichtlich informellen Lernens im Arbeitskontext.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden im Rahmen des Masterseminars im Sommersemester 2022 einen **Einblick** in den **wissenschaftlichen Forschungsprozess** erhalten. Ziel ist es dabei, in Kleingruppen eine literaturbasierte oder empirische Studie zum informellen Lernen im Arbeitskontext durchzuführen (Hinweis: Kommunikation der Forschungsmethode (literaturbasiert oder empirisch) erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt; für alle Studierenden einheitlich). In den (online) Präsenzterminen werden die Studierenden die notwendigen **Methoden zur Durchführung und Auswertung literaturbasierter oder empirischer Untersuchungen kennenlernen** und durch **Plenumsdiskussionen unterstützt**.

Ablauf:

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn und endet mit der Präsentation der Untersuchungsergebnisse zum Ende des Semesters.
- Das Seminar findet in (digitalen) Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Teilnehmer werden in Gruppen von 2 oder 4 Personen eingeteilt (je nach Gesamtteilnehmerzahl).
- Die Seminarleistung besteht aus einer Abschlusspräsentation und einer schriftlichen Ausarbeitung (Seminararbeit).
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 16 Personen begrenzt.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozentin: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Dr. Ellen Weber
- Ansprechpartnerin: Dr. Ellen Weber (e.weber@uni-hohenheim.de)



Seminar 3 „Prototyp der Zukunft – Science, Fiction und Entrepreneurship“ (LS Kuckertz)

Thema

Technologische Fortschritte verändern in einem rasanten Tempo die Gegenwart. Das Zusammenspiel aus wissenschaftlichen Entdeckungen und unternehmerischer Gestaltung treibt radikale Veränderungen. Um die Zukunft zum Besseren zu gestalten, bedarf es daher einer unternehmerischen Vision (Suddaby et al., 2021). Weil die Zukunft nur schwer vorherzusagen ist, schlagen Kreativität und Vorstellungskraft eine Brücke aus der Gegenwart in eine mögliche Zukunft. Eine aufsteigende Methode der Zukunftsforschung ist dabei der „Science Fiction Prototype“ – die Vorstellung eines unternehmerischen Zukunftsszenarios basierend auf technologischen Entdeckungen der Gegenwart (Bell et al., 2013). Beispielsweise visionierte der Schriftsteller Neal Stephenson bereits im Jahr 1991 in einem Roman das *Metaverse* und die Kult-Serie *StarTrek* inspirierte nachfolgende technologische Entwicklungen wie das *iPad*. In diesem Seminar lernen Sie Techniken und Instrumente der Zukunftsforschung kennen und entwerfen anhand einer etablierten Methode unternehmerische Zukunftsvisionen.

Ablauf

- Das Seminar beinhaltet eine zweitägige Exkursion in das Zukunftsmuseum Nürnberg (die Kosten für Eintritt, Fahrt und Übernachtung übernimmt das Fachgebiet).
- Verantwortlich: Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz, Dr. Leif Brändle.
- Termine: Kick-Off-Treffen zu Beginn des Sommersemesters, Exkursion vorauss. Mai/Juni, Abschlusspräsentation im Juli.
- Teilnehmerzahl: Fünfzehn Studierende
- Benotet wird die Postererstellung und -präsentation sowie die Mitarbeit in den jeweiligen Terminen.

Literatur

Bell, F., Fletcher, G., Greenhill, A., Griffiths, M., & McLean, R. (2013). Science fiction prototypes: Visionary technology narratives between futures. *Futures*, 50, 5-14.

Suddaby, R., Israelsen, T., Mitchell, J. R., & Lim, D. S. (2021). Entrepreneurial Visions as Rhetorical History: A Diegetic Narrative Model of Stakeholder Enrollment. *Academy of Management Review*.



Seminar 4 „Student Centricity – Analyse der Treiber der Studentenzentrierung am Beispiel der Universität Hohenheim“ (LS Hadwich)

Mit einer zunehmenden gesamtwirtschaftlichen Ausrichtung auf Dienstleistungen, wird das Management von Kundenerfahrungen branchenübergreifend zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für Unternehmen. Hierbei stehen kunden- und nutzerzentrierte Ansätze im Fokus, die Unternehmen unterstützen, Werte für und gemeinsam mit den Kunden zu schaffen. Diesen Entwicklungen entsprechend, befassen sich auch zunehmend Bildungseinrichtungen damit, die Studierenden und ihre Lebenswelt in den Mittelpunkt der Leistungserstellung zu rücken. Im Seminar soll diese studentische Lebenswelt anhand qualitativer und quantitativer empirischer Methoden untersucht und die Erfolgstreiber der Studentenzentrierung an der Universität Hohenheim bestimmt werden. In Kleingruppen entwickeln die Teilnehmenden studentenzentrierte Konzepte zur Bearbeitung der Problemstellung und setzen eigenständig unterschiedliche Erhebungs- und Analysemethoden um.

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

Kick-Off

4 Workshops

Präsentation der Teilprojektergebnisse

Abgabe der Seminararbeit

April 2022

Mai/Juni 2021

vsl. Ende Juni 2022

vsl. Juli 2022

- Die Bearbeitung der Teilprojekte findet in **Kleingruppen** statt.
- Es herrscht Anwesenheitspflicht sowohl während des Kick-Offs, der Workshops sowie der Abschlusspräsentation.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Ergebnispräsentation 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. nachhaltiges Konsumentenverhalten, Sprachen in der Produktkommunikation oder Anthropomorphismus (=Vermenschlichung) im Werbekontext 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.

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

Anfang/Mitte April 2022
Mitte/Ende April 2022
Ende Juni/Anfang Juli 2022
Ende Juni/Anfang Juli 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)



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

■ 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 Sustainability and Innovation,
 - to use qualitative methods, e.g., interviews, and eventually
 - to write a research paper.
-
- You will work in groups. You will cover theories and concepts in the field of Sustainability & Innovation
 - We will learn how to apply qualitative methods, e.g., to understand drivers and barriers for Sustainability & Innovation.
 - We will meet regularly over the course of the semester. Overall, we plan to have 5-7 virtual synchronous sessions for coaching, counseling and feedback as well as for interim and final presentations your research paper.
 - The Seminar will be held online.

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 der ökologischen, ökonomischen oder sozialen Nachhaltigkeit 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	April 2022
Präsentation	Juni 2022
Abgabe der Seminararbeit	Juni/Juli 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: Anne Christmann (digital@uni-hohenheim.de)



Seminar 8 „Treasury Management“ (Lehrstuhl Hachmeister)

Grundsätzlich baut das Seminar „Treasury Management“ auf den Inhalten der Vorlesung auf mit dem Ziel die theoretisch vorgestellten Konzepte praxisnah zu implementieren.

Im Seminar soll ein spezifisches Treasury-Managementsystems zur Messung und Steuerung des finanziellen Risikos des Unternehmen konstruiert werden. Das Seminar vermittelt somit praxisnahe und praxisrelevante Konzepte die auf der Beschaffung und Verarbeitung von Daten basieren mit dem Ziel der Entwicklung eines Treasury-Managementsystems (meist in Excel) im Bereich des Managements von Verbindlichkeiten, des Forderungsmanagements, des Zinsmanagements oder des Wechselkursmanagements. Alternativ können auch Prognosemodelle zur Schätzung von Umsatz, Kosten, Zinsen, Wechselkurse, Aktienrenditen oder diverser anderer Größen entwickelt werden, um auch Studierende aus M&M anzusprechen.

Ablauf:

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn und endet mit einer Verteidigung der Untersuchungsergebnisse zum Ende des Semesters; zwischenzeitlich werden zwei Präsenttermine organisiert, um Zwischenergebnisse zu präsentieren oder um Fragen zu stellen.
- Das Seminar findet in (digitalen) Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Teilnehmer werden in Gruppen von 2 oder 3 Personen eingeteilt.
- Anmeldung und Themenzuteilung findet über eine Umfrage in der Ilias-Rubrik des Lehrstuhls „Online-Anmeldungen“ statt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer Zwischenpräsentation, einer schriftlichen Ausarbeitung (Seminararbeit) und einer mündlichen Verteidigung.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozent: Dr. Niklas Lampenius mit Nelson Herrmann MSc.



Seminar 9 „Unternehmensbewertung“ (Lehrstuhl Hachmeister)

Grundsätzlich baut das Seminar „Unternehmensbewertung“ auf den Inhalten der Vorlesung auf mit dem Ziel die theoretisch vorgestellten Konzepte praxisnah zu implementieren.

Im Seminars sollen realen Unternehmen bewertet werden. Dazu ist eine Unternehmensanalyse durchzuführen, ein integriertes Planungsmodell aufzubauen um die bewertungsrelevanten Zahlungsströme zu schätzen, die Kapitalkosten zu ermitteln sowie ein geeignetes Bewertungsmodell aufzustellen. Studierende aus M&M werden in den Gruppen insb. bei der Unternehmensanalyse und dem Aufbau des integrierten Planungsmodells eingesetzt.

Ablauf:

- Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn, ein oder zwei Präsenzterminen, um Zwischenergebnisse zu präsentieren oder Fragen zu stellen; es endet mit der Disputation der schriftlich abgegebenen Bewertungsberichte zum Ende des Semesters.
- Das Seminar findet in (digitalen) Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Teilnehmer werden in Gruppen von 2 oder 3 Personen eingeteilt.
- Anmeldung und Themenzuteilung findet über eine Umfrage in der Ilias-Rubrik des Lehrstuhls „Online-Anmeldungen“ statt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer Zwischenpräsentation, einer schriftlichen Ausarbeitung (Seminararbeit) und einer mündlichen Verteidigung.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozent: Professor Dr. Dirk Hachmeister und WP Dr. Frederik Ruthard CVA



Seminar 10 „The European Financial Market“ (LS Burghof)

Das Seminar beschäftigt sich mit aktuellen Fragestellungen des europäischen Finanzmarkts, wie bspw. der Kapitalmarktregulierung, finanziellen Krisen, Aktienmärkten und finanzieller Entwicklung. Die Studenten sollen neben der klassischen Literaturarbeit auch kleinere empirische Analysen mit Daten aus Moody's Analytics BankFocus (bereitgestellt durch das DALAHO) durchführen.

Kick-off-Veranstaltung	17.03.2022
Abgabe der Seminararbeit	06.06.2022
Präsentation der Arbeit	Juni/Juli 2022

- Die Seminarsprache ist **Englisch**.
- Die Bearbeitung findet **individuell** statt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **schriftlichen Ausarbeitung**, einer **Abschlusspräsentation** sowie einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der **Diskussion** zu den Abschlusspräsentationen.
- Die Präsentationen finden in (möglicherweise digitalen) Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf 10 Studierende begrenzt.
- Ansprechpartner: Marcel Gehrung (marcel.gehrung@uni-hohenheim.de)



Seminar 11 „Gender Issues in Management “ (LS Sousa-Poza)

Topic

Gender issues play an increasingly essential role in economics and management, and in the development of adequate policies and practices at both an economy and a management level. For instance, in economics (especially in fields such as labour and personnel economics) it is often essential to differentiate between genders. However, gender is not only about differences. Uncovering false differentiating practices such as stereotyping and discrimination is equally important. Economic and management theory not only makes assumptions about gender but also perpetuates and reconstructs them. Therefore, the main focus of the course is to analyse how these assumptions about gender influence work-related aspects and how gender can be embedded in a framework in order to understand and design work in a life context. In order to achieve this aim, an interdisciplinary approach will be taken. More specifically, economic issues ("Gender Economics") will be discussed in conjunction with key topics in management.

Procedure

- We will conduct the seminar entirely in English.
- There will be a kick-off meeting at the beginning of the semester.
- The seminar will be offered as a 3-day blocked event towards the end of the semester.
- Students will work in groups.
- Students are required to make a presentation on a gender issue in management.
- Students will also discuss the work of another group.
- Besides the presentation and discussion, students will have to submit short policy briefs on the topic they discussed.
- Attendance is compulsory.



Seminar 12 „Arbeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ (LS Ruiner)

Im Rahmen des Seminars werden aktuelle Fragestellungen zum Wandel von Arbeit vor dem Hintergrund der digitalen Transformation aus interdisziplinärer Perspektive diskutiert und mit Blick auf zentrale Nachhaltigkeitsaspekte reflektiert. Konkret werden Ansätze der Arbeits- und Organisationssoziologie sowie -psychologie und Human Resource Management diskutiert und der aktuelle, internationale Forschungsstand gesichtet. Das Seminar zeigt dabei Ansatzpunkte für die nachhaltige Gestaltung von Arbeitsbeziehungen in einer digitalisierten Arbeitswelt auf. In diesem Themenrahmen sollen die Studierenden eigene relevante Fragestellungen identifizieren sowie adäquate Forschungsdesigns entwickeln. Diese werden von den Studierenden zum Seminarende hin im Plenum präsentiert und diskutiert und im Rahmen der Seminararbeit schlussendlich umgesetzt.

Das Seminar findet semesterbegleitend statt (in Präsenz, ggf. hybrid). Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.

Kick-off Informationsveranstaltung	April 2022
Präsentation der Arbeit	Juli 2022
Abgabe der Seminararbeit	August 2022

- Die Seminarsprache ist **deutsch**.
- Die Bearbeitung selbstgewählter Fragestellungen findet **alleine oder in Kleingruppen** statt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **Präsentation**, einer **aktiven Teilnahme** im Rahmen der **Diskussionen** sowie der **schriftlichen Ausarbeitung einer Seminararbeit**. Benotet wird nur die Seminararbeit.
- Die Anzahl der Teilnehmenden ist begrenzt (max. **25** Plätze).
- Ansprechpartner:in: Prof. Dr. Caroline Ruiner (caroline.ruiner@uni-hohenheim.de) und Ronny Ehlen (ronny.ehlen@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.



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Anmeldung

- Der Link zum Anmeldeformular wird auf der Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung veröffentlicht (<https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/>)
- Die Anmeldung wird am **17.01.2022 ab 10.00 Uhr** freigeschaltet und endet am **17.02.2022 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://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/)• Anmeldung vom 17.01.2022 ab 10 Uhr bis 17.02.2022 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.• Studierende, die bei der letzten Anmeldung keinen Seminarplatz bekommen haben, 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