



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management im SoSe 2021

Infos zu den Seminarangeboten





Seminar 1 „Mit Szenarien zu neuen Verhandlungsstrategien“ (LS Voeth)

Die Studierenden erarbeiten im Rahmen des Seminars Strategien für Business-Verhandlungen auf Basis von fünf bereits existierenden Zukunftsszenarien. Diese Strategien sollen der Praxis als Werkzeug dienen, sich auf mögliche Zukünfte im Jahr 2030 vorzubereiten. Die Bearbeitung der Szenarien wird in Gruppen durchgeführt. Jede Gruppe ist für die Strategieentwicklung eines Szenarios verantwortlich und führt dafür Gruppendiskussionen mit Verhandlungsführern verschiedener Unternehmen durch. Die hier diskutierten Handlungsfelder und spezifischen Maßnahmen werden dann zu übergreifenden Strategien für zukünftige Verhandlungen kombiniert.

Dieses Seminar dient auch der Vorbereitung auf eine Masterarbeit. Die Themen, die im Seminar behandelt werden, sind überwiegend im Forschungsbereich „Verhandlungsmanagement“ angesiedelt.

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

Kick-off Informationsveranstaltung	April 2021
Abgabe der Seminararbeit	Juni 2021
Präsentation der Arbeit	Juni 2021

- Die Seminarsprache ist **Deutsch**.
- 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.
- Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **15** Plätze).
- Ansprechpartner: Sandra Haggemüller (s.haggemueller@uni-hohenheim.de)



Seminar 2 „The Human Side of Organizational Change – The Role of Leadership and HRM to Facilitate Organizational Change” (Lehrstuhl Büttgen)

Neue Technologien haben **tiefgreifende Auswirkungen** auf die **Arbeitswelt**. Heutzutage arbeiten Mitarbeitende vernetzt, Disziplin übergreifend von überall auf der Welt zusammen; dieser Trend hat sich durch die COVID-19-Pandemie nochmals verstärkt (Stichwort: Homeoffice). Unternehmen sind also mehr denn je gezwungen, einen unternehmensweiten **digitalen Transformationsprozess** durchzuführen, um diese neuen Technologien zu implementieren. Viele Unternehmen haben bereits Initiativen ergriffen, um die Transformation im Unternehmen voranzutreiben. Allerdings liegt die **Erfolgsquote** dieser (digitalen) organisationalen Veränderungsprozesse gerade mal bei **einem Drittel!** Dies liegt häufig daran, dass in organisationalen Veränderungsprozessen die „**Human Side**“ **vernachlässigt** wird, d. h. die Einstellungen der Mitarbeitenden gegenüber einem Veränderungsprozess finden unzureichende Berücksichtigung. Vor diesem Hintergrund gehen wir im Rahmen des Seminars literaturbasiert der Frage nach, **wie Führungskräfte** und das **HRM Mitarbeitende** zielführend **auf die Reise eines organisationalen Veränderungsprozesses mitnehmen** können, um diesen erfolgreich im Unternehmen zu implementieren.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden im Rahmen des Masterseminars im Sommersemester 2021 einen **Einblick** in den **wissenschaftlichen Forschungsprozess** erhalten. Ziel ist es dabei, in eine literaturbasierte, wissenschaftliche Analyse zur „Human Side“ organisationaler Veränderungsprozesse durchzuführen. In den (online) Präsenzterminen werden die Studierenden die notwendigen **Methoden zum wissenschaftlich, konzeptionellen Arbeiten 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 Zwischen- sowie 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 Ellen Weber
- Ansprechpartnerin: Ellen Weber (e.weber@uni-hohenheim.de)



Seminar 3 „Preiswahrnehmung im Dienstleistungskontext“ (Lehrstuhl Hadwich)

Die Behavioral Pricing-Forschung untersucht, wie Konsumenten Preise bzw. Preisinformationen wahrnehmen und diese für ihre Entscheidungen und zur Urteilsbildung nutzen. Die Forschung fokussiert insbesondere kognitive Prozesse und Konzepte, die in der klassischen Preistheorie nicht abgebildet werden. Zudem ergänzen aktuellere Arbeiten die Preiswahrnehmung um eine affektive Komponente. Damit wird der Annahme Rechnung getragen, dass die Preiswahrnehmung nicht nur bewusst (kognitiv) erfolgt, sondern auch impliziten (affektiven) Informationsverarbeitungsprozessen unterliegt. Im Seminar soll der (relative) Einfluss kognitiver und affektiver Prozesse empirisch untersucht werden. Dabei sollen insbesondere wahrnehmungsrelevante Faktoren im Dienstleistungskontext identifiziert und beleuchtet werden.

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

Kick-Off
2-3 Workshops
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

April 2021
Mai/Juni 2021
vsl. Anfang Juli 2021
vsl. Anfang Juli 2021

- 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 und Lukas Ogrzewalla
Ansprechpartner: Lukas Ogrzewalla (l.ogrzewalla@uni-hohenheim.de)



Seminar 4 „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. Produzenteninformationen auf Lebensmitteln oder mehrsprachige Produktverpackungen 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	Anfang/Mitte April 2021
SPSS-Einführung und SPSS-Test	Anfang/Mitte April 2021
Abgabe der Seminararbeit	Juli 2021
Präsentation der Arbeit	Juli 2021

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



Seminar 5 „Project Seminar International Management & Innovation“ (Prof. Dr. 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 summer term 2021 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: Johannes Dahlke (johannes.dahlke@uni-hohenheim.de)



Seminar 6 „Arbeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ (LS Ruiner)

Im Rahmen des Seminars werden **aktuelle Fragestellungen** zum Wandel von Arbeit aus **interdisziplinärer** Perspektive diskutiert und mit Blick auf den zentralen Aspekt der Nachhaltigkeit reflektiert. Konkret werden Ansätze der Arbeits- und Organisationssoziologie sowie -psychologie und Human Resource Management einbezogen und der aktuelle, internationale Forschungsstand gesichtet. Die beobachteten Veränderungen der Arbeitswelt werden unter einer Nachhaltigkeitsperspektive betrachtet und Ansatzpunkte für die Gestaltung von Arbeitsbeziehungen aufgezeigt. Die Studierenden sollen in diesem Themenrahmen eigene relevante Fragestellungen identifizieren sowie adäquate Forschungsdesigns entwickeln und umsetzen.

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

Kick-off Informationsveranstaltung

Mitte April 2021

Präsentation der Arbeit

Juli 2021

Abgabe der Seminararbeit

August 2021

- Die Seminarsprache ist **deutsch**.
- Die Bearbeitung selbstgewählter Fragestellungen findet in **Kleingruppen** statt.
- Wir setzen die Bereitschaft zur Einarbeitung in empirische Methoden voraus.
- 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 Teilnehmerzahl ist begrenzt (max. **25** Plätze).
- Ansprechpartnerin: Prof. Dr. Caroline Ruiner (caroline.ruiner@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 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 11.01.2021 bis 10.02.2021 (Anmeldung am 11.01.2021 ab 10.00 Uhr freigeschaltet und endet am 10.02.2021 um 23.59 Uhr)• Jeder Studierende äußert seine 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

