



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management im WiSe 2022/2023

Infos zu den Seminarangeboten





Seminar 1: „CEOs’ climate-related communication on social media” (Lehrstuhl Büttgen)

Environmental Sustainability – ein Top-Thema, das aktuell in Unternehmen umfassend diskutiert wird. Einigkeit besteht bei Unternehmen, dass sie durch die Vermittlung ihrer Sustainability-Aktivitäten die Beziehung zu wichtigen Stakeholdern, wie z. B. Kund*innen, Mitarbeitenden und Investor*innen, aufbauen und pflegen können (Vural et al., 2021). Mehr als 80% der Führungskräfte sind der Meinung, dass vor allem **soziale Medien** diesbezüglich genutzt werden können (Mudambi et al., 2019). Ein **CEO**, der als Aushängeschild des Unternehmens gilt, könnte dabei die Einstellungen und Verhaltensweisen der Stakeholder beeinflussen (Grover et al., 2021). Es ist jedoch wenig darüber bekannt, welchen **Einfluss die (Führungs-)Kommunikation von CEOs in informellen Umgebungen**, wie den sozialen Medien, hat (Tur et al., 2021) und welche Rolle **Environmental Sustainability** dabei spielen könnte. Vor diesem Hintergrund beschäftigen wir uns im Rahmen des Seminars mit **verschiedenen, relevanten Fragestellungen** hinsichtlich der **CEO-Kommunikation von Environmental Sustainability in Social-Media-Settings**.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden im Rahmen des Masterseminars im Wintersemester 2022/2023 einen **Einblick** in den **wissenschaftlichen Forschungsprozess** erhalten. Ziel ist es dabei, in Kleingruppen eine literaturbasierte oder empirische Studie zur CEO-Kommunikation von Environmental Sustainability in Social-Media-Settings durchzuführen (Hinweis: Kommunikation der Forschungsmethode (literaturbasiert oder empirisch) erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt; für alle Studierenden einheitlich). In den 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 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 2: „Gender Issues in Management “ (Lehrstuhl 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 take place weekly throughout 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 3: “Diversity in Organizations” (Lehrstuhl Fasbender)

- Why is diversity good for business? How can organizations create more inclusive environments? Why does the gender pay gap persist? This seminar will explore these and other questions by introducing students to a range of theoretical and applied approaches; so students can analyze diversity in organizations and then design, evaluate and implement strategies to manage workforce diversity.
- This seminar will review core theories to explain why diversity and inclusion issues persist in organizations and how to manage a diverse workforce effectively. For example, why do some professions continue to be male or female-dominated? How can recruitment practices advantage some groups while disadvantaging others? What are inclusive organizational cultures and practices? Applied approaches consist of reviewing the business case and social justice case for diversity policies and practices in organizations through various paradigmatic lenses based on research evidence for different protected characteristics like gender, race, religion, disability, age and sexuality. The seminar will then explore how to apply theory to practice through the design and implementation of effective diversity initiatives to improve diversity management and achieve business goals.
- The seminar will probably take place in presence in the form of a weekly event.
 - Weekly event *Tuesday, from 10:00 to 12:00
 - Attendance at the seminar is required for a passing performance evaluation (a maximum of 2 absences are allowed)
- The performance assessment will consist of two components:
 - Essay - 50%.
 - Consultancy presentation - 50%.
- The number of participants is limited (max. 20).
- Lecturers: Prof. Dr. Ulrike Fasbender, America Harris, MBA, M.Sc.
- Language: English
- **The dates given are provisional and may change before the start of the semester.*



Seminar 4: „Change Management“ (Lehrstuhl Fasbender)

- The goal of the Change Management seminar represents the acquisition of theoretical and case study-based knowledge in the field of change management. Through the knowledge gained from the seminar, students will acquire skills that can help them conduct independent scientific research on change processes at the individual, group or organizational level. During the seminar, the learning material will be conveyed to the students via 10 case studies and small group presentations.
- Covered topics include: Relationship conflicts in organizations, culture change, turnaround/reorganization, process optimization/reengineering, employee quality, design of change processes, promotion of readiness for change, crisis management, entrepreneurial resilience.
- The seminar will probably take place in presence in the form of a weekly event.
 - Weekly event *Thursday, from 8:00 am to 10:00 am
 - Attendance at the seminar is required for a passing performance evaluation (a maximum of 2 absences are allowed)
- The performance assessment will consist of two components:
 - Creative presentation of a case study in small groups - 50%.
 - Module checks on the topics of the past case study (individual work) - 50%.
- The number of participants is limited (max. 20).
- Lecturers: Prof. Dr. Ulrike Fasbender, Robin Umbra, M.Sc.
- Language: English
- **The dates given are provisional and may change before the start of the semester.*



Seminar 5: PIER „Practice-Inspired Entrepreneurship Research“ (Lehrstuhl 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 based on inputs from actual 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 February 2023.
- 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 6: „Master Seminar Innovation Management“ (Lehrstuhl Ebersberger)

Learning goals: students should be able to..

- develop a research question in the field of Innovation Management,
- distill hypotheses,
- use quantitative data to test these hypotheses, and eventually
- write a research paper.

Content:

- You will cover theories and concepts in the field of Innovation Management.
- We will provide you with a data set that you can use to test your hypotheses.

Organizational issues:

- You will be working in groups.
- We 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.
- In the winter term 2022/2023, the seminar is planned to take place on campus. In case of an increase in COVID-19 cases, we will switch to online teaching mode.
- The seminar is held in English.
- Contact person: Maike Becker (maike.becker@uni-hohenheim.de)



Seminar 7: „Big Mountain – das Business Game zum Verhandlungsmanagement“ (Lehrstuhl 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. Des Weiteren wird das individuelle Verhandlungsverhalten verbessert, indem **ein individuelles Coaching durch die Dozenten und Mitspieler/innen** erfolgt.

Ablauf:

- Das Seminar findet voraussichtlich als Skiseminar, geblockt an drei aufeinanderfolgenden Tagen in einem Skigebiet statt. Der Termin, wie auch weitere Informationen, werden 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, das zuvor bzw. parallel die Master-Vorlesung „Verhandlungsmanagement“ belegt wird.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 16 Personen begrenzt.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozentin: Prof. Dr. Markus Voeth mit M.Sc. Joana Roth
- Ansprechpartnerin: Joana Roth (joana.roth@uni-hohenheim.de)



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

Im Rahmen des Seminars werden **aktuelle Fragestellungen** aus der allgemeinen Versicherungswirtschaft bearbeitet. Themenbereiche sind zum Beispiel:

- Sustainable Insurance Products
- AI and Big Data in Health Insurance
- Health Insurance Contract Design
- Trends in Flood Insurance
- Telematics in Car Insurance

Das Seminar startet mit einer Kick-Off Veranstaltung zu Semesterbeginn und endet mit der Präsentation der Untersuchungsergebnisse zum Ende des Semesters. Genaue Termine werden zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgegeben.

Kick-off Informationsveranstaltung
Abgabe der Seminararbeit
Präsentation der Arbeit

Oktober 2022
Mitte Januar 2023
Anfang Februar 2023

- 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).
- Ansprechpartner: Tim Philippi (tim.philippi@uni-hohenheim.de)



Seminar 9: „Smart Services im Dienstleistungsmanagement“ (Lehrstuhl Hadwich)

Unternehmen entdecken zunehmend das Potenzial von datenbasierten, digitalen Dienstleistungsangeboten, um ihren Kunden maßgeschneiderte Erlebnisse zu ermöglichen. Diese Smart Services funktionieren dabei als autonomes Bindeglied innerhalb neuer, komplexer Austauschbeziehungen zwischen Anbieter und Kunde. Aus der Anbieterperspektive rücken bei der Implementierung von Smart Services vor allem Fragestellungen bezüglich der Gestaltung der Mensch-Maschine-Interaktion und der Schaffung von kundenseitiger Akzeptanz der smarten Serviceangebote in den Vordergrund. Entsprechende Fragestellungen des Konsumentenverhaltens werden von den Studierenden eigenständig anhand der Methode der Strukturgleichungsmodellierung untersucht.

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 2022
November/Dezember 2022
vsl. Januar 2023
vsl. Ende Januar 2023

- 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 Maxim Saleschus und Benjamin Biesinger

Ansprechpartner: Maxim Saleschus und Benjamin Biesinger



Seminar 10 „Current Topics in Consumer Behavior“ (Lehrstuhl 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

Mitte/Ende Oktober 2022
Ende Oktober/Anfang November 2022
Ende Januar/Anfang Februar 2023
Ende Januar/Anfang Februar 2023

- 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 11: „Aktuelle Themen im Bereich Digitales Management“ (Lehrstuhl 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, 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	Oktober 2022
Präsentation	Dezember 2022 / Januar 2023
Abgabe der Seminararbeit	Ende 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 **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)



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 **15.06.2022 ab 10.00 Uhr** freigeschaltet und endet am **15.07.2022 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 15.06.2022 ab 10.00 Uhr bis 15.07.2022 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. Bitte schicken Sie eine Erinnerung per Mail an felix.zechiel@uni-hohenheim.de!• 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



Felix Zechiel

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

E-Mail: felix.zechiel@uni-hohenheim.de