



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

# **Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management im WiSe 23/24**

## **Infos zu den Seminarangeboten**





## Seminar 1: „Big Mountain – das Business Game zum Verhandlungsmanagement“ (Lehrstuhl Voeth)

Im Rahmen des Seminars wird das Verhandlungsplanspiel "**Big Mountain**" durchgeführt. Zu Beginn des Planspiels werden den Teilnehmern Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements vorgestellt. In verschiedenen aufeinander aufbauenden Runden werden Verhandlungen mit den anderen Parteien geführt. Die zuvor vorgestellten Tools und Instrumente sollen bei der **Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung** dieser Verhandlungsrunden angewendet werden. Durch die **praktische** Anwendung der Tools lernen die Teilnehmer, **komplexe Verhandlungssituationen** erfolgreich zu bewältigen. Zusätzlich erfolgt ein **individuelles Coaching** durch die Dozenten und Mitspieler, um das **individuelle** Verhandlungsverhalten zu **verbessern**.

### 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** an den Seminartagen.
- Die Seminarleistung besteht aus der aktiven Mitarbeit, der zielführenden Anwendung der Tools und Instrumente des Verhandlungsmanagements sowie dem im Planspiel erzielten Ergebnis.
- Voraussetzung ist, dass **zuvor** bzw. **parallel** die Master-Vorlesung „**Verhandlungsmanagement**“ belegt wird.
- Darüber hinaus können aus Sicherheitsgründen nur **geübte Skifahrer\*innen** an dem Seminar teilnehmen; vor Ort besteht Skifahrtspflicht.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. **16** Personen begrenzt.
- Das Seminar findet in **deutscher** Sprache statt.
- Der Lehrstuhl übernimmt einen Teil der Kosten. Der Eigenanteil für das Seminar beträgt zwischen **250** und **300** Euro (beinhaltet Unterkunft, Transport, Frühstück/ Abendessen und Skipässe).
- Dozent/-in: Prof. Dr. Markus Voeth mit M.A. Constanze Hermann.
- Ansprechpartnerin: Constanze Hermann ([constanze.hermann@uni-hohenheim.de](mailto:constanze.hermann@uni-hohenheim.de)).



## Seminar 2: „Practice-Inspired Entrepreneurship Research – PIER“ (Lehrstuhl Kuckertz)

**Entrepreneurship is a vibrant research field** providing insights to most recent phenomena such as **social entrepreneurship**, **digital entrepreneurship**, and **academic entrepreneurship**. Entrepreneurs **face multiple challenges** in their quest to initiate and grow their ventures. However, while entrepreneurship research might provide **practical answers to such challenges**, entrepreneurs rarely draw on academic research in their day-to-day business. In order to better **connect entrepreneurship research and practice** we take care of those questions that really 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 provides additional benefits for those students who want to collect tools for their upcoming master's thesis.

### Procedure

- Questions will be based on inputs from actual entrepreneurs during the kick-off meeting.
- Responsible: Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz, Dr. Leif Brändle
- We will conduct the seminar in English.
- 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 2024.
- 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 3: „Nachhaltigkeit bei Dienstleistungen: Anwendung der Netnographie als Marktforschungsmethode“ (Lehrstuhl Hadwich)

Der aktive **Austausch von Kunden im Internet** bietet für Unternehmen die Möglichkeit wertvolle Kundeninformationen zu gewinnen, um personalisierte und qualitativ hochwertige Dienstleistungen zu entwickeln. Im Rahmen des Seminars wenden Studierende die **Netnographie als qualitative Marktforschungsmethode** zur Untersuchung des Meinungs- und Erfahrungsaustausches von Online-Communities in Bezug auf nachhaltige Dienstleistungen an. Aus den Daten sollen **Problemfelder und Potenziale** für die Weiterentwicklung nachhaltiger Dienstleistungen abgeleitet werden. Ein möglicher Untersuchungskontext ist z. B. die Analyse der Kundenwahrnehmung von Sharing-Angeboten in Bezug auf die Nachhaltigkeit. Die Studierenden erhalten eine **Einführung in die Methodik der Netnographie sowie zu der Software MAXQDA**, um selbständig netnographische Analysen durchzuführen und spezifische, qualitative Fragestellungen im Kontext der Nachhaltigkeit zu beantworten.

### Ablauf:

- Studierende arbeiten in **2er-Teams** zusammen.
- Zu **Beginn des Semesters** findet eine Kick-off-Veranstaltung statt. **Während der Bearbeitungszeit** sind pro Team individuelle Abstimmungsgespräche möglich. Die Abschlusspräsentation erfolgt **Mitte Dezember** und die Abgabe der Seminararbeit **vor den Weihnachtsferien**. Genaue Termin werden in der Kick-Off-Veranstaltung bekannt gegeben.
- Bei den Präsenzterminen herrscht **Anwesenheitspflicht**.
- Die Seminarleistung besteht aus der schriftlichen Ausarbeitung einer Seminararbeit, einer Abschlusspräsentation und der aktiven Teilnahme an den Präsenzterminen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf **max. 20 Personen** begrenzt.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozenten: Prof. Dr. Karsten Hadwich mit Maxim Saleschus
- Ansprechpartner: Maxim Saleschus ([maxim.saleschus@uni-hohenheim.de](mailto:maxim.saleschus@uni-hohenheim.de))



## Seminar 4: „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  
Abgabe der Seminararbeit  
Präsentation der Arbeit

Ende Oktober 2023  
voraussichtlich digital (asynchron)  
Ende Januar 2024  
Ende Januar 2024

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



## Seminar 5: “Corporate Strategy and International Competition” (Lehrstuhl Ebersberger)

In this seminar we shed light on **firm’s innovation and corporate strategy reactions** to increasing international competition. The overall question is: **how do German firms adjust and change their strategies** in the face of increasing competition through Chinese companies. This **seminar is embedded in the research project CHINNOCOM** (<https://innovation.uni-hohenheim.de/chinnocom>).

In this seminar participants will experience **case teaching** as a new form of teaching. Participants (in teams) will pick a German firm for their analysis. They will **collect (primary and) secondary data** about a firm’s reaction to increasing international competition. The data, most likely, will be **qualitative data**. This will provide firsthand insight about the drivers of strategic change, about the motivations, the hopes, and mental models of corporate decision makers.

Based on the data students will write a **short research paper** and a **(teaching) case study** about the firm.

### Structure:

- The seminar starts with a **kick-off session** at the start of the semester and will wrap up with case-presentations at the end of the semester.
- Some sessions of the seminar will be **on campus**, some coaching will be **online**. We **expect participation** of all students in all of the sessions.
- **Details will be provided in the kick-off session.**
- Students will work in **teams of two, three or four** (depending on the overall participation)
- The seminar will be **assessed based on the presentation and on the submitted paper**
- Max number of participants: 16
- The **language of instruction is English**. The data to be collected will also **involve German language data**. So, a German level of at least **B2** is expected. You need to provide evidence for this.
- In charge: Madeleine Möller, Bernd Ebersberger
- **Contact:** Madeleine Möller ([madeleine.moeller@uni-hohenheim.de](mailto:madeleine.moeller@uni-hohenheim.de))



## Seminar 6: “Business & Innovation for Sufficiency” (Lehrstuhl Ebersberger)

Sufficiency means **producing and consuming less in the face of limited natural resources**. The aim of the sufficiency approach is to reduce the environmental impact caused by high resource consumption without compromising individual well-being. **Innovations, such as new business models or goods, services, and processes**, are a means to realize sufficiency, especially when sufficiency is **implemented as a sustainability strategy at the firm level**.

In this seminar, participants explore **how firms implement sufficiency concepts and apply them to specific types of innovations**. Participants will work with **secondary data and analyze this data qualitatively**. Specifically, in teams, students will investigate a set of firms from a given database based on their firm-specific product/service/project announcements according to sufficiency-oriented criteria. The results are compiled in the form of short descriptions and elaborated in a research paper.

### Structure:

- The seminar starts with a **kick-off session** at the start of the semester and will wrap up with (poster) presentations at the end of the semester.
- Some sessions of the seminar will be **on campus**, some coaching will be **online**. We **expect participation** of all students in all of the sessions.
- **Details will be provided in the kick-off session.**
- Students will work in **teams of two or three** (depending on the overall participation).
- The seminar will be **assessed based on the presentation and on the submitted paper**.
- Max number of participants: 15
- The **language of instruction is English**.
- In charge: Indra da Silva Wagner, Bernd Ebersberger
- **Contact:** Indra da Silva Wagner  
(indra.dasilvawagner@uni-hohenheim.de)



## Seminar 7: „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 in der hybriden Arbeitswelt, künstliche und hybride Intelligenz, Ethik der KI 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 2023
Präsentation	Januar 2024
Abgabe der Seminararbeit	Ende Januar 2024

- Die Seminarsprache **Deutsch oder Englisch** ist wählbar.
- 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**).
- Ansprechpartner: Frederik Schöttl ([digital@uni-hohenheim.de](mailto:digital@uni-hohenheim.de))





## **Seminar 8: “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, how can organizations retain near-retirement aged workers? What are inclusive organizational cultures and practices? Why do some professions continue to be male or female-dominated?
- The seminar will explore how to apply theory to practice through the design and implementation of effective diversity initiatives to improve diversity management and achieve business goals. This will be achieved through a student-based consultancy report, where students will develop an evidence-based diversity proposal for a real public sector German organization.
- The seminar will take place in person 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:
  - Diversity presentation (small group)-40%.
  - Evidence-based consultancy presentation/report (individual)-60%.
- 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 9: „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 may have to work in groups.
- Students are required to make a presentation on a gender issue in management.
- Students will also discuss the work of other groups.
- A maximum of 18 students will be accepted.
- Attendance is compulsory.
- Lecturer: Prof. Dr. Alfonso Sousa-Poza.



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

## Hinweise

Bitte beachten Sie, dass die Nachfrage nach Seminarplätzen in diesem Schwerpunktbereich sehr groß und die Angebotskapazitäten begrenzt sind.

Dennoch sind wir bemüht, alle Interessierten mit einem Seminarplatz zu versorgen.

Sollten Sie nach der Zuteilung der Seminarplätze von Ihrem Platz zurücktreten, dann behalten wir uns vor, Sie im nächsten Semester nachrangig bei der Masterseminarverteilung zu berücksichtigen.



## Anmeldung zum Seminar im Schwerpunktbereich Marketing & Management im Überblick

Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none"><li>• Anmeldung für Masterstudierende über die Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (<a href="https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/">https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/</a>)</li><li>• Anmeldung läuft ab sofort bis zum <b>15.07.2023 (23:59 Uhr)</b></li><li>• Jede/r Studierende äußert ihre/ seine fünf Präferenzen.</li><li>• Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Studierende, die sich in einem höheren Semester befinden, werden bevorzugt berücksichtigt.</li><li>• Studierende, die bei der letzten Anmeldung keinen Seminarplatz bekommen haben, werden bevorzugt berücksichtigt. <b>Bitte schicken Sie eine Erinnerung per Mail an <a href="mailto:felix.zechiel@uni-hohenheim.de">felix.zechiel@uni-hohenheim.de</a>!</b></li><li>• Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz.</li><li>• Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel nur einige Tage, bis die Studierenden über die Zuteilung informiert werden.</li><li>• Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist nicht möglich.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beachten Sie hierzu die jeweiligen Informationen und Rahmenbedingungen der einzelnen Seminarbeschreibungen.</li></ul>



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

## **Ansprechpartner zur Vergabe der Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing & Management**



**Felix Zechiel**

---

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

E-Mail: [felix.zechiel@uni-hohenheim.de](mailto:felix.zechiel@uni-hohenheim.de)