



Veranstaltungsankündigung für das Wintersemester 2013/14

Titel der Veranstaltung:	Empirisches Arbeiten in Marketing & Management I
Dozent:	Dipl. oec. Hannes Huttelmaier
Art:	Kleingruppen-Seminar (im Rahmen von Humboldt reloaded) / anrechenbar als Bachelorseminar mit 6 ETCS (in Marktorientiertes Management oder Dienstleistungsmanagement)
Anmeldung + Teilnehmer	Weitere Infos und Anmeldung ab 22. Juli 2013 bis 08. September 2013 über das KVS. Anfang Oktober wird Ihnen analog zu den Seminaren im marktorientierten Management mitgeteilt, ob Sie einen Seminarplatz erhalten haben. Alternativ ist eine Anmeldung auch über das Humboldt reloaded Online-System möglich. Max. 12 Teilnehmer
Leistungen	Mitarbeit, Poster-Erstellung und Präsentation in der Gruppe, individueller Forschungsabstract, ca. 180h
Termin + Ort	Semesterbegleitenden Termine / Termine und Ort werden noch angegeben.
Lernziele	Studierende sollen in der Lage sein innerhalb ihrer Seminar- und Bachelorarbeiten (oder in der späteren beruflichen Praxis) eigenständig empirische Untersuchungen durchführen und in Bezug auf wissenschaftliche Fragestellungen auswerten zu können.
Inhalt:	Im Seminar geht es um das Thema „ Merchandising für Universitäten “. Das Thema ist für die Universität Hohenheim aktuell von großer Relevanz, da über eine Neuorganisation des Uni-Merchandising-Angebot noch stärker an den Hauptadressaten, den Mitgliedern der Universität, ausgerichtet werden. Im Rahmen dieses Seminars wird deshalb untersucht, wie das Merchandising der Universität Hohenheim optimiert und neu ausgerichtet werden kann. Das Thema wird in einzelne Fragestellungen für einzelne Gruppen untergliedert, welche von den Seminarteilnehmern (in Gruppen von 2 Personen) beantwortet werden sollen. Hierfür ist es die Aufgabe der Seminarteilnehmer, eigenständig einen gemeinsamen Fragebogen zu konzeptionieren und eine gemeinsame Datenerhebung durchzuführen. Anschließend wertet jede Gruppe die Daten in Hin-

	<p>blick auf unterschiedliche Aspekte/ ihre spezifische Fragestellung aus. Die Ergebnisse werden abschließend auf einem Poster dargestellt und den anderen Studierenden präsentiert. Jeder einzelne Studierende soll zudem zum Abschluss einen einseitigen „Abstract“ der Forschungsarbeit erzeugen.</p> <p>Es findet ein Wechsel von Plenumsveranstaltungen und Gruppenarbeit/Einzelarbeit statt. In den Plenumsveranstaltungen werden methodische und inhaltliche Grundlagen vermittelt (Grundlagen der Marktforschung, Fragebogengestaltung, Tipps & Tricks für die eigene Datenerhebung, Einführung in SPSS, Grundlagen statistischer Verfahren). In Gruppenarbeit wird das vermittelte Basiswissen in Bezug auf die eigene Teilfragestellung zugeordnet, angewandt und weiterentwickelt.</p>
<p>Ansprechpartner:</p>	<p>Dipl. oec. Hannes Huttelmaier E-Mail: hannes_huttelmaier@uni-hohenheim.de</p>