



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

Seminaranmeldung im Profildbereich Marktorientierte Unternehmensführung (WiSe 23/24)

# Profilseminare zur Marktorientierten Unternehmensführung

Wintersemester 2023/24





## Der Weg zum Seminar – Ein Überblick

 Anmeldung	 Zuteilung	 Seminarteilnahme
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gemeinsame Anmeldung aller beteiligten Lehrstühle des <b>Profilbereichs Marktorientierte Unternehmensführung</b>: <a href="https://www.unipark.de/uc/anmeldung_seminare_WiSe_23_24/">https://www.unipark.de/uc/anmeldung_seminare_WiSe_23_24/</a></li><li>▪ <b>Anmeldezeitraum:</b> <b>15. Juni 2023 bis zum 15. Juli 2023</b> über die Homepages der beteiligten Lehrstühle.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Die Zuteilung erfolgt <b>nicht</b> nach dem first-come, first-served Prinzip, sondern anhand der <b>Präferenzen</b> der Studierenden.</li><li>▪ Die Studierenden werden bis voraussichtlich <b>Ende Juli</b> über die Zuteilung durch die einzelnen Lehrstühle informiert.</li><li>▪ Ein nachträglicher Tausch zwischen den Studierenden ist <b>nicht möglich</b>.</li><li>▪ Ein Abbruch des Seminars ist nach der Zuteilung ebenfalls <b>nicht möglich</b>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Bitte beachten Sie hierzu die Rahmenbedingungen der jeweiligen Seminare auf den anschließenden Folien.</li><li>▪ <b>Detailliertere Infos zum Seminarangebot finden Sie auf den Homepages der beteiligten Lehrstühle:</b>  <i><a href="http://mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen">mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen</a></i></li></ul>



## Teaser – Seminarangebot

- **Theres an AI for that - Einsatz künstlicher Intelligenz und digitaler Tools im Marketing**  
Profilsseminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development (Prof. Voeth)
- **Becoming Excellent - Seminar zur Evaluation der Attraktivität von Masterstudiengängen**  
Humboldt reloaded Seminar am Lehrstuhl für Marketing & Business Development (Prof. Voeth)
- **Digital, nachhaltig, innovativ - aktuelle Fragen der Entrepreneurshipforschung**  
Profilsseminar am Lehrstuhl für Unternehmensgründungen und Unternehmertum (Entrepreneurship) (Prof. Kuckertz)
- **Nachhaltigkeit bei Dienstleistungen: Anwendung der Netnographie als Marktforschungsmethode**  
Profilsseminar am Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement (Prof. Hadwich)
- **Hot Topics in Consumer Behavior**  
Profilsseminar am Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (Prof. Hüttl-Maack)

---

Weitere Informationen erhalten Sie unter: [mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen](https://mub.uni-hohenheim.de/aktuelle-themen)



## Theres an AI for that - Seminar zum Einsatz künstlicher Intelligenz und digitaler Tools im Marketing

### Ablauf und Zielsetzung



In der heutigen schnelllebigen digitalen Welt ist es für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, aufkommende Marketingtrends im Blick zu behalten, um Wachstum voranzutreiben. Das Seminar greift diese Notwendigkeit auf und bietet den Studierenden praktisches Wissen und die Fähigkeiten, um die neuesten Trends optimal zu nutzen.

Das Seminar beginnt mit einer Einführung in aktuelle KI-Anwendungen im Marketing. Hierbei wird die Webseite "theresanaiforthat.com" als Ressource genutzt, um den Studierenden einen Überblick zu verschaffen. Sie lernen, diese Anwendungen kritisch zu bewerten und herauszufinden, wie sie sinnvoll in spezifischen Marketingbereichen eingesetzt werden können. Dabei werden verschiedene Einsatzbereiche wie personalisiertes Marketing, Influencer-Marketing, Sprachsuchoptimierung, User-Generated Content oder Augmented Reality-Marketing betrachtet. Die Teilnehmer wählen ein Beispielprojekt aus und präsentieren den Einsatz von KI-Anwendungen im Marketing. Dadurch werden die Studierenden für den gezielten Einsatz von KI im Marketing sensibilisiert und erwerben praktische Erfahrungen, um maßgeschneiderte Marketingkampagnen zu entwickeln, KI-gestützte Datenanalyse und Automatisierung einzusetzen sowie ihre Strategien an sich ändernde Verbrauchererwartungen anzupassen.



### Organisation:

Die Teilnehmerzahl ist auf 30 Studierende begrenzt. Über die Dauer des Seminars wird in kleineren Projektgruppen zusammengearbeitet.



**Ansprechpartnerin:** Sabrina Marx (M.A.) (sabrina.marx@uni-hohenheim.de)



## Becoming Excellent - Seminar zur Evaluation der Attraktivität von Masterstudiengängen

### Ablauf und Zielsetzung



Angesichts des dynamischen Umfelds der Bildungslandschaft ist es von entscheidender Bedeutung, dass Universitäten ihre Studiengänge kontinuierlich überprüfen und verbessern, um den Anforderungen der Studierenden und den aktuellen Trends in Wirtschaft und Gesellschaft gerecht zu werden.

Im Seminar werden wir uns daher in einem ersten Schritt mit den neuesten Entwicklungen und Trends in der Geschäftswelt befassen, um zu verstehen, welche Kompetenzen und Kenntnisse zukünftige Arbeitgeber von Absolventen betriebswirtschaftlicher Studiengänge erwarten. Basierend auf diesen Erkenntnissen wollen wir in einem nächsten Schritt die spezifischen Bedürfnisse und Erwartungen der Studierenden im Hinblick auf einen betriebswirtschaftlichen Masterstudiengang bezüglich Curriculum, Flexibilität oder internationale Austauschprogramme empirisch ermitteln. Dazu werden wir uns im Seminar mit qualitativen und quantitativen Erhebungs- und Auswertungsmethoden auseinandersetzen, die es uns ermöglichen, zentrale Bedürfnisse auf Studierendenseite zu identifizieren. Ziel des Seminars ist es, die vorgestellten Methoden (qualitativ wie auch quantitativ) in Kleingruppen praktisch anzuwenden, um darauf aufbauend ein gemeinsames Konzept für die Modernisierung des Hohenheimer Management-Masters zu entwickeln.



### Organisation:

Die Teilnehmerzahl ist auf 15 Studierende begrenzt. Über die Dauer des Seminars wird in kleineren Projektgruppen zusammengearbeitet.



**Ansprechpartnerin:** Nina Weinmann (M.A.) ([nina.weinmann@uni-hohenheim.de](mailto:nina.weinmann@uni-hohenheim.de))



## „Digital, nachhaltig, innovativ - aktuelle Fragen der Entrepreneurshipforschung“

Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin hat sich in den letzten Jahren innerhalb des akademischen Fächerkanons weitgehend etabliert. Dennoch ist das Feld immer noch so jung, dass es sich weiterhin durch eine rasante Entwicklung auszeichnet – insbesondere in den Themenfeldern Sustainable Entrepreneurship und Digital Entrepreneurship. In diesem Seminar werden deshalb Themen behandelt, die gegenwärtig in der Entrepreneurship-Forschung interessieren. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf nachhaltigen und digitalen Innovationen.

- Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** statt. Darunter fallen auch **Pflichttermine**. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch auf der Homepage des Lehrstuhls bekannt gegeben.
- Die Seminarleistung besteht aus einer **kommentierten Bibliographie (20%)** und einer **schriftlichen Ausarbeitung des Seminarthemas (80%)**.
- Die Bearbeitung erfolgt in Kleingruppen (2 Personen).
- Die Teilnehmerzahl ist auf **5 Studierende** begrenzt!

**Ansprechpartner:** Sebastian Hinderer (sebastian.hinderer@uni-hohenheim.de).



## Nachhaltigkeit bei Dienstleistungen: Anwendung der Netnographie als Marktforschungsmethode

Der aktive **Austausch von Kunden im Internet** bietet für Unternehmen die Möglichkeit wertvolle Kundeninformationen zu gewinnen, um personalisierte und qualitativ hochwertige Dienstleistungen zu entwickeln (Heinonen & Medberg, 2018, S. 657). 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.

- Zu **Beginn des Semesters** findet eine Kick-off-Veranstaltung statt. **Während der Bearbeitungszeit** sind pro Gruppe individuelle Abstimmungsgespräche möglich. Die Abschlusspräsentation erfolgt **Mitte Dezember** und die Abgabe der Seminararbeit **vor den Weihnachtsferien**.
- Bei den Präsenzterminen herrscht **Anwesenheitspflicht**. Studierende arbeiten in **Kleingruppen** zusammen. Die Seminarleistung besteht aus der schriftlichen Ausarbeitung einer Seminararbeit, einer Abschlusspräsentation und der aktiven Teilnahme an den Präsenzterminen.
- Teilnehmerzahl: **max. 16 Plätze**

**Ansprechpartnerin:** Gabriela Sitz (M.Sc.) ([gabriela.sitz@uni-hohenheim.de](mailto:gabriela.sitz@uni-hohenheim.de))



## Hot Topics in Consumer Behavior



### Idee und Zielsetzung

Im Rahmen des Seminars werden verschiedene **aktuelle Fragestellungen** aus dem Bereich **Consumer Behavior** bearbeitet. Mögliche Themenbereiche können z.B. nachhaltiges Konsumentenverhalten, Sprachen in der Produktkommunikation oder Anthropomorphismus (=Vermenschlichung) im Werbekontext sein. Zu den „Hot Topics“ werden **empirische Projektarbeiten in Teams** durchgeführt, d.h. die Studierenden führen, in Abstimmung mit dem/r zuständigen Lehrstuhlmitarbeiter/in, eine empirische Studie durch.



### Organisation

- Begrenzung der Teilnehmerzahl auf 16 Studierende. Studierende arbeiten über die Dauer des Seminars in Kleingruppen (3er oder 4er Teams) zusammen. Die Teams können von den Studierenden selbst gebildet werden.
- Das Seminar findet semesterbegleitend statt. Genaue Uhrzeiten und Daten werden noch bekannt gegeben.
- Begleitende Veranstaltungen: Einführung in das empirische Arbeiten und ein (voraussichtlich digitaler) SPSS-Kurs, der die nötigen Kenntnisse für anschließende statistische Auswertungen vermittelt.
- Schriftliche Ausarbeitung einer Seminararbeit, Abschlusspräsentation und aktive Teilnahme an der Plenumsveranstaltung.



**Ansprechpartnerin:** Katharina Saile (M.Sc.) ([katharina.saile@uni-hohenheim.de](mailto:katharina.saile@uni-hohenheim.de))