



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

■ **Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing Sommersemester 2024**

Infos zu den Seminarangeboten





Von der Customer-Dominant Logic zu einem Kundendominanten Management (Lehrstuhl Hadwich, 570D) Anrechenbar für den Schwerpunktbereich Marketing

Die Customer-Dominant Logic (CDL) ist eine innovative Marketinglogik, die den Kunden konsequenter als die bisherigen Konzepte der kundenorientierten Unternehmensführung in das Zentrum jeglicher Unternehmensaktivitäten rückt. Dies erfordert einen grundlegenden Perspektivenwechsel, bei dem nicht die Integration des Kunden beim Anbieter, sondern die Integration des Anbieters beim Kunden im Vordergrund steht. Im Kern steht die Überlegung, dass der Anbieter „lediglich“ ein potenzieller Wertschöpfungspartner im sogenannten Kunden-Ecosystem ist. Die CDL unterstellt dabei, dass der Geschäftserfolg des Anbieters auf dem Verständnis beruht, welche Rolle ein Anbieter im Kunden-Ecosystem einnehmen und diese Rolle durch die Schaffung von Angeboten erfüllen kann. Die Kenntnis und Befriedigung spezifischer Kundenbedürfnisse, ist dabei nicht ausreichend, um zu verstehen, wie Kunden ihren (Geschäfts-)Alltag gestalten, mit Akteuren (z. B. Co-Kunden) in ihren Ecosystem interagieren und Angebote auf Basis ihrer individuellen Logik nutzen. Vielmehr betrachtet die CDL die Lebenssphäre des Kunden und die daraus resultierenden Kundenziele. Damit fördert die CDL eine stärkere Durchdringung der Wertentstehungsprozesse von Kunden und differenziert sich von Managementansätzen der Kundenorientierung und Kundenzentrierung.

Trotz ihres Wertes für das Management wurde die Customer-Dominant Logic in der Forschung noch nicht vollständig durchdrungen. Insbesondere **empirische Defizite** sind zu konstatieren, die die Praktikabilität und managementbezogene Anwendung der CDL limitieren. Ziel des Masterseminars ist es deshalb, dass Studierende basierend auf dem Verständnis der CDL, Konstrukte zur Umsetzung eines Kundendominanten Managements konzeptualisieren und operationalisieren. In den Workshops lernen die Studierenden deshalb relevante Methoden und Ablaufschritte zur Durchführung eines **Skalenentwicklungsprozesses** kennen und führen eigenständig einen Skalenentwicklungsprozess durch.

Ablauf:

- Das Seminar umfasst eine Kick-Off Veranstaltung (April 2024), vier Workshops (April/Mai 2024) und die Abschlusspräsentation (Juni 2024). Die Abgabe der Seminararbeit erfolgt ca. zwei Wochen nach der Abschlusspräsentation (Mitte/Ende Juni 2024).
- Das Seminar findet in Präsenz statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Workshops. Genaue Termine werden im Kick-Off bekannt gegeben.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 10 Personen begrenzt. Die Teilnehmer*innen werden in Kleingruppen eingeteilt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer Seminararbeit, einer Abschlusspräsentation sowie der aktiven Teilnahme im Rahmen der Workshops und der Diskussion zu den Abschlusspräsentationen.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozenten: Prof. Dr. Karsten Hadwich & Maxim Saleschus
- Ansprechpartnerin: Maxim Saleschus (maxim.saleschus@uni-hohenheim.de)



Football's coming home? – Die Heim-EM 2024: Was denkt die deutsche Bevölkerung? (Lehrstuhl Voeth, 570A) Anrechenbar für den Schwerpunktbereich Marketing

Nach dem grandiosen Triumph der deutschen Fußball-Nationalmannschaft bei der WM 2014 in Brasilien und dem dramatischen Ausscheiden in der Vorrunde bei der WM 2018 in Russland und der WM 2022 in Katar, richten sich im kommenden Sommer aus Sicht der Deutschen, alle Augen auf das Sportevent des Jahres – **Die Heim-Europameisterschaft 2024 in Deutschland**.

Der Lehrstuhl für Marketing und Business Development (Prof. Voeth) begleitet die FIFA-Fußballweltmeisterschaften seit 2001 durch regelmäßige repräsentative Bevölkerungsbefragungen. Schwerpunkte der Befragung sind Themen wie die Begeisterung, Pläne und Fanverhalten der Bevölkerung, ergänzt durch wechselnde Sonderschwerpunkte wie beispielsweise politische Themen rund um die sportlichen Großereignisse. Die **Heim-EM 2024** wird als Anlass genommen, ebenso eine bevölkerungsrepräsentative begleitende wissenschaftliche Untersuchung durchzuführen. In diesem Zusammenhang sollen im Rahmen eines Masterseminars, Studierende für das **wissenschaftliche Arbeiten** begeistert werden, indem ein **Marktforschungsprozess im Kontext der Heim-EM 2024** konzeptionell und empirisch durchlaufen wird.

Schwerpunktthemen der EM-Studie 2024: Sportliche Erwartungen der deutschen Bevölkerung, Medienwirksamkeit, Marketing insb. Sponsoring / Sport-Vermarktung, Politik / Gesellschaftskritik, im Querschnitt zu vergangenen sportlichen Großereignissen. Informationen zu vergangenen Studien finden Sie hier: <https://mub.uni-hohenheim.de/wm2022>

Organisation und Ablauf:

- Begrenzung der Teilnehmerzahl auf **max. 15 Studierende aus dem Schwerpunkt Marketing (neue PO)**.
- Studierende arbeiten über die Dauer des Seminars in Kleingruppen zusammen.
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Plenumsveranstaltungen mit Anwesenheitspflicht (Beginn voraussichtlich zum Semesterstart).
- Datenerhebung & Auswertung (Gruppenleistung), Präsentation der Ergebnisse in der letzten Plenumsveranstaltung (Gruppenleistung) sowie die Erstellung eines Ergebnisberichts (Individualleistung).

Ansprechpartner

- Yannick Urbitsch (yannick.urbitsch@uni-hohenheim.de)



Current Topics in Consumer Behavior (Lehrstuhl Hüttli-Maack, 570E) **Anrechenbar für den Schwerpunktbereich Marketing**

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

Mitte April 2024
Digital über ILIAS (asynchron)
Ende Juni/Anfang Juli 2024
Ende Juni/Anfang Juli 2024

Ablauf:

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



Wichtige Hinweise

ACHTUNG: Bitte beachten Sie, dass es sich bei diesen Seminaren um das Angebot für den **Schwerpunktbereich „Marketing“** handelt (*neue Prüfungsordnung des Management Master mit 5 Schwerpunktbereichen, ab Studienbeginn Wintersemester 23/24*).

Sollten Sie sich für Seminare in anderen Schwerpunkten anmelden wollen, melden Sie sich bitte direkt bei den jeweiligen Ansprechpersonen:

Für Seminare...

... im **Schwerpunktbereich Organizational Behavior**: institut570b@uni-hohenheim.de

... im **Schwerpunktbereich Digital Business Management**: digital@uni-hohenheim.de

... im **Schwerpunktbereich Entrepreneurship, Innovation & Sustainability**: <https://entrepreneurship.uni-hohenheim.de>

Die Anmeldung zu den Seminaren im **Schwerpunktbereich „Marketing & Management“** (*alte Prüfungsordnung, bis Studienbeginn Wintersemester 22/23*) finden Sie auf der Homepage vom Lehrstuhl für Unternehmensführung (Prof. Dr. Marion Büttgen): <https://unternehmensfuehrung.uni-hohenheim.de/>



Anmeldung zum Seminar im Schwerpunktbereich Marketing & Management im Überblick

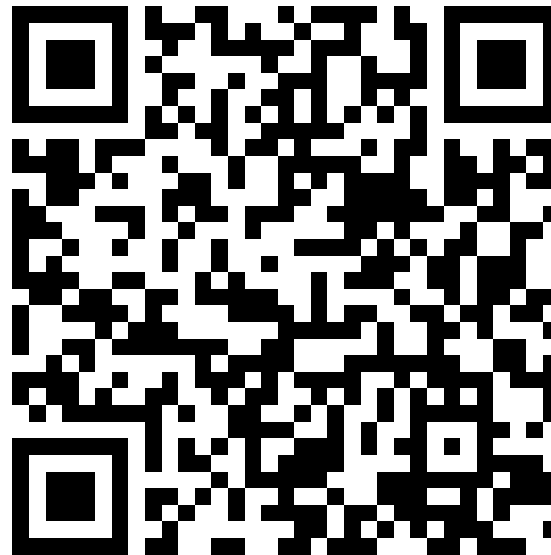
Anmeldung	Zuteilung	Bearbeitung
<ul style="list-style-type: none">• Anmeldung für Masterstudierende über die Homepage des Lehrstuhls für Marketing & Konsumentenverhalten (https://muk.uni-hohenheim.de/)• Anmeldung läuft ab sofort (15.12.2023) bis zum 15.01.2024 (23:59 Uhr)• Jede/r Studierende äußert ihre/ seine Präferenzen (bitte bringen Sie alle Seminare in eine Präferenzrangordnung).• 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 katharina.saile@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

Anmeldung zum Schwerpunktseminar im Schwerpunkt Marketing (neue PO)

Link zur Umfrage: <https://ww2.unipark.de/uc/marketing/sose24/>





UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Ansprechpartnerin zur Vergabe der Masterseminare im Schwerpunktbereich Marketing



Katharina Saile

Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten (570E)

E-Mail: katharina.saile@uni-hohenheim.de