



UNIVERSITÄT  
HOHENHEIM

200  
1818  
2018  
JAHRE

# Masterseminare im Schwerpunkt Management im SoSe 19



[Beteiligte Lehrstühle](#) | [Modalitäten zur allgemeinen Anmeldung](#) | [Fragen](#)



## Seminar 1 „Management- und Marketing-Ethik“ (LS Schramm)

### Seminarthemen & Methodik

- Im Seminar werden folgende **Themen** aus dem Bereich einer **Management- und Marketing-Ethik** analysiert: Geplante Obsoleszenz; Whistleblowing; Preisdifferenzierung; Marktmacht und ruinöser Wettbewerb; Online- und Einzelhandel; Der Preis der Bioprodukte; Compliance; Guerilla Marketing.
- Methodisch werden die Themen zum einen **allgemein (theoretisch)** und zum anderen als **Stakeholder Analysis einer konkreten Case Study** aufgearbeitet.

### Organisatorisches

- Inhaltlich verantwortlich: Prof. Dr. MICHAEL SCHRAMM
- Einführungsveranstaltung gegen Ende des Wintersemesters (wird rechtzeitig angekündigt)
- Präsentation gegen Ende der Vorlesungszeit des Sommersemesters (meist in zwei Blockveranstaltungen)

### Basisliteratur (als Hintergrund für alle Themen)

SCHRAMM, MICHAEL (2014): Business Metaphysics, in: Forum Wirtschaftsethik (Jahresschrift des DNWE) 22. Jahrgang, S. 51 - 58. Online: <http://www.dnwe.de/forum-wirtschaftsethik-online-1-2014.html>.

WIELAND, JOSEF (2001): Eine Theorie der Governanceethik, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik 2, S. 8 - 33.

WIELAND, JOSEF (2008): Governanceökonomik: Die Firma als Nexus von Stakeholdern. Eine Diskussionsanregung, in: Wieland, Josef (Hg.): Die Stakeholder-Gesellschaft und ihre Governance. Management, Netzwerke, Diskurse (Studien zur Governanceethik, Bd. 6), S. 15 - 38.

### Spezifische Basisliteratur für die einzelnen Themen

Für die einzelnen Themen wird spezifische Einstiegsliteratur in den jeweiligen Seminarunterlagen (ILIAS) zur Verfügung gestellt.



## Seminar 2 „The impact of digitization on entrepreneurship and innovation“ (LS Kuckertz)

Digitization dramatically affects the way business is conducted and provides ample opportunities for entrepreneurship and innovation. Hence, not only entrepreneurs and innovators are excited about the opportunities and implications deriving from this transformation, but there is also a plethora of research from many different disciplines that have taken interest in this development. Against this background, students in this class will take stock of a particular phenomenon, either located at the interface of digitization and entrepreneurship or at the interface of digitization and innovation. One method to achieve such a goal are so-called structured literature reviews (SLRs) (Tranfield et al. 2003). Students will conduct SLRs on a suitable topic of individual choice. The class is therefore particularly interesting for those students who plan to conduct further research on entrepreneurial and innovative phenomena in the course of their master thesis.

### Procedure

- The seminar will be conducted completely in English.
- Topics will be suggested by the participants and further developed and coordinated during the kick-off-meeting.
- Responsible: Univ.-Prof. Dr. Andreas Kuckertz, Dr. Elisabeth Berger
- Dates: Kick-Off-Meeting at the beginning of the summer term, presentation of results before submission of final term paper during semester, final term paper due at the end of July 2019.
- Ten topics – ten students (max).
- Students are required to present the intermediary results, participate actively in class and submit a term paper.

### 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 „Messung der *Digital Maturity* von Unternehmen“ (LS Büttgen)

Die **digitale Transformation** stellt Unternehmen vor immer **neue Herausforderungen**. Vor diesem Hintergrund ist es entscheidend, dass Unternehmen strategische Ziele festlegen und Gestaltungsbereiche für ihre Aktivitäten definieren können (Becker et al., 2009). Allerdings **greifen** die **traditionellen Bewertungsmodelle** (z. B. KPIs) häufig **bei digitalen Aktivitäten nicht**, um deren Zielerreichung und Erfolg im Unternehmen messen zu können. In diesem Zusammenhang kann auf **Reifegradmodelle** zurückgegriffen werden, die einen Bezugsrahmen für die Zielsetzung von Transformationsprozessen darstellen (Berghaus & Back, 2016). Da allerdings in der wissenschaftlichen Literatur bis dato **keine Messinstrumente** zu finden sind, um die digitalen Reifegrad eines Unternehmens valide erfassen zu können, besteht **Bedarf an der Entwicklung geeigneter Verfahren**.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden im Rahmen des Masterseminars im Sommersemester 2019 einen **Einblick** in den **wissenschaftlichen Forschungsprozess** erhalten. Ziel ist es dabei, in Kleingruppen geeignete Messverfahren für die Digitale Reife eines Unternehmens zu konzeptualisieren und empirisch zu validieren. In den Präsenzterminen werden die Studierenden die notwendigen **Methoden zur Messmodellentwicklung 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 voraussichtlich in zweiwöchentlichen Plenumsveranstaltungen statt. Es besteht Anwesenheitspflicht bei allen Sitzungsterminen. Genaue Termine werden in der Kick-off Veranstaltung bekannt gegeben.
- Die Teilnehmer werden in Gruppen von 4 Personen eingeteilt.
- Die Seminarleistung besteht aus den entsprechenden Präsentationen und einer schriftlichen Ausarbeitung (Kurzpaper).
- Besuch der Veranstaltung Multivariate Data Analysis wird empfohlen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 16 Personen begrenzt
- Das Seminar findet in deutscher Sprache statt.
- Dozentin: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Ellen Weber
- Ansprechpartnerin: Ellen Weber (e.weber@uni-hohenheim.de)



## Seminar 4 „Sustainability“ (LS Endrikat (vormals Hahn))

### Seminarthemen & Methodik

- Das Seminar richtet sich an Studierende, die sich vertiefend mit **aktuellen Fragestellungen des Nachhaltigkeitsmanagements** beschäftigen wollen. Der Schwerpunkt wird dabei auf die Arbeit mit **Organisationstheorien**, die im Rahmen der wissenschaftlichen Diskussion im Gebiet des Nachhaltigkeitsmanagements Verwendung finden und auf die Auseinandersetzung mit **aktueller empirischer Literatur** gelegt.
- Unter Anleitung und Beratung durch die Lehrenden sollen die Studierenden üben, komplexe Sachverhalte auf knappem Raum **schriftlich** und in streng begrenzter Redezeit **mündlich** vor einem fachkundigen und kritischen Publikum gewinnend darzustellen. Neben dem Erwerb von wissenschaftlichem Fachwissen bietet das Seminar den Studierenden somit die Möglichkeit, kommunikative Fähigkeiten und andere Soft Skills zu verbessern, die im späteren Berufsalltag wichtig sind.

### Organisatorisches

- Inhaltlich verantwortlich: Dr. JAN ENDRIKAT
- 4 einführende Termine zu Beginn des Sommersemesters (werden rechtzeitig angekündigt)
- Individuelle Besprechungstermine mit dem Dozent während des Sommersemesters
- Präsentationen gegen Ende der Vorlesungszeit des Sommersemesters

### Basisliteratur (als Hintergrund für alle Themen)

Etzion, D. 2007. Research on organizations and the natural environment, 1992-Present: A review. *Journal of Management*, 33(4): 637-664.

Aguinis, H. & Glavas, A. 2012. What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4): 932-968.

Russo, M. V. & Minto, A. 2012. Competitive strategy and the environment: A field of inquiry emerges. In P. Bansal & A. J. Hoffman (Eds.), *The Oxford Handbook on Business and the Natural Environment*: 29-49. Oxford: University Press.

**Für die einzelnen Themen wird spezifische Literatur in den jeweiligen Seminarunterlagen (ILIAS) zur Verfügung gestellt.**



## Anmeldung zum Seminar im Schwerpunkt 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://uf-lehre.uni-hohenheim.de">https://uf-lehre.uni-hohenheim.de</a>)</li><li>• Anmeldung vom <b>15.12.2018</b> bis <b>15.01.2019</b> (Anmeldung am <b>15.12. ab 10.00 Uhr</b> freigeschaltet und endet am <b>15.01. um 10.00 Uhr</b>)</li><li>• Jeder Studierende äußert seine 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>• Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz.</li><li>• Nach Anmeldeschluss dauert es in der Regel <b>nur einige Tage</b>, bis die Studierenden über <b>die Zuteilung</b> 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>



## ■ Ansprechpartnerin zur Vergabe der Masterseminare im Schwerpunkt Management



**Marah Blaurock**

---

Lehrstuhl für Unternehmensführung (570B)

Tel.: 0711 / 459-23147

E-Mail: [m.blaurock@uni-hohenheim.de](mailto:m.blaurock@uni-hohenheim.de)

