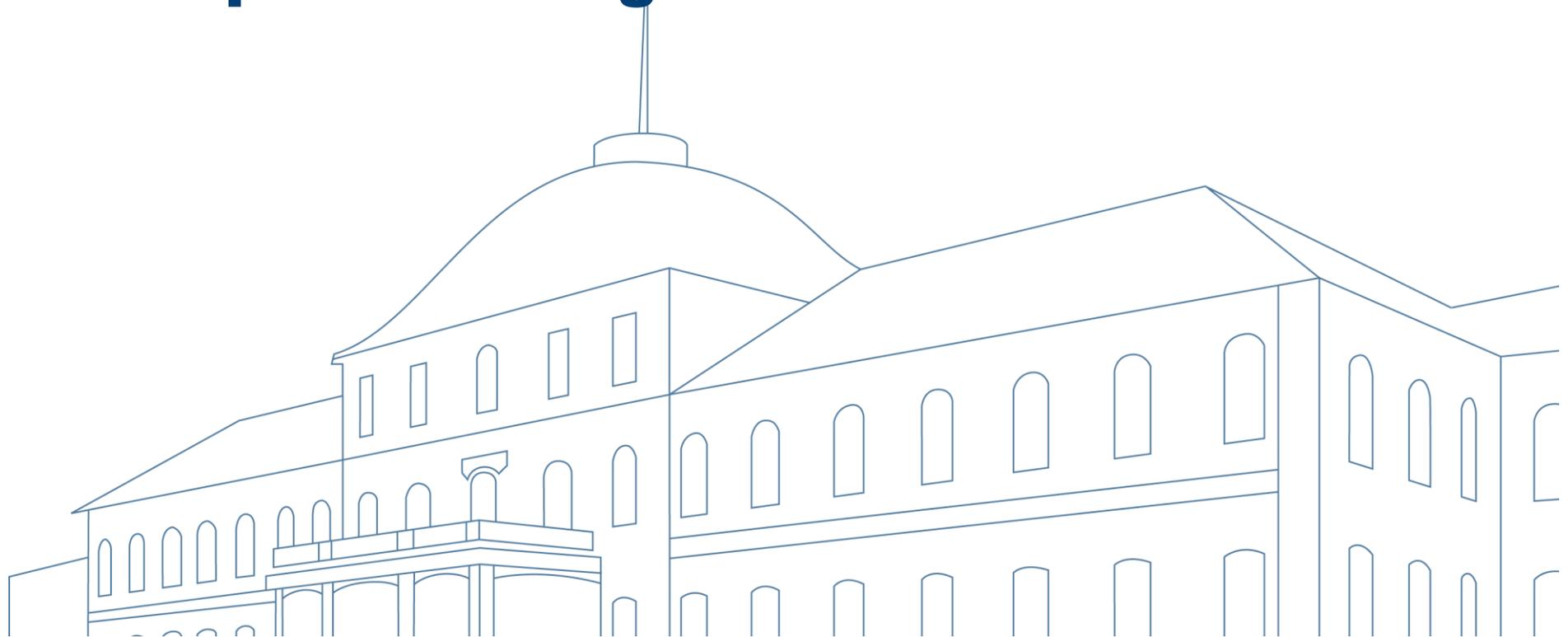




# Masterseminare und Masterprojekt im Schwerpunkt Management im WS 16/17





## 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>15.06.2016</b> bis <b>04.07.2016</b> (Anmeldung am <b>15.06.2016 ab 10 Uhr</b> freigeschaltet und endet am <b>04.07.2016 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 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>

## Management-Projekt: Students2Startup (LS Kuckertz)

### Inhalt und Ziel des Projekts

Das Projekt zum Management ist ein studentisches Beratungsseminar für Studierende mit Managementsschwerpunkt in Kooperation mit der Wissensfabrik - Unternehmen für Deutschland e.V.

Studentische Teams bearbeiten reale Probleme von Startup-Unternehmen, etwa aus den Bereichen Marketing oder Vertrieb und erarbeiten in enger Zusammenarbeit mit den Startups Lösungen. Um die Verbindung zwischen Theorie und Praxis weiter zu stärken, wird jedes studentische Team von einem Praxismentor (z.B. von Bosch, GFT, Trumpf) begleitet.

Dieses Projekt ist besonders empfehlenswert für Studierende, die die **Arbeit in Startups kennenlernen** wollen oder **erste Erfahrungen in der Beratung von Unternehmen** sammeln wollen.

### Ablauf

- Teamgröße: 3-6 Studierende
- Bearbeitung: Mitte November 2016 bis Mitte Januar 2017; Voraussichtliche Veranstaltungstermine: 14.11.2016 & 20.01.2017

### Organisatorisches

- Inhaltlich verantwortlich: Elisabeth Berger ([elisabeth.berger@uni-hohenheim.de](mailto:elisabeth.berger@uni-hohenheim.de))
- Projektleistung besteht aus: kurzer Zwischenbericht, Abschlusspräsentation und schriftliche Ausarbeitung
- Das Management-Projekt ist zunächst ein Modul aus dem Schwerpunkt Management- und Marketing-Insights, welches aber auch als Management- oder Insights-Seminar angerechnet werden kann.





## Seminar 1 „Management in Wachstumsunternehmen“ (LS Kuckertz)

### Themenstellung

In dem Seminar wird es um das Management in Wachstumsunternehmen gehen. Hierbei werden Themenstellungen wie die Ableitung marktgerechter Geschäftsmodelle, die strategische Planung sowie deren Kontrolle, eine organisatorische Gestaltung des Wachstumsunternehmens, ein kanalübergreifendes Marketingmanagement und letztlich die Personalauswahl inklusive deren Motivation und Belohnung behandelt werden. Im Ziel sollen der aktuelle Stand der Forschung zusammengefasst und auf die Situation von Wachstumsunternehmen angewendet werden. Am Ende sollen praktisch relevante Aussagen und Empfehlungen gegeben werden.

### Ablauf

- Das Seminar wird auf Deutsch durchgeführt werden
- Die finalen Themenstellungen werden bei der Kick-Off Veranstaltung im Oktober bekannt gegeben
- Verantwortlicher: Dr. Nils Middelberg (nils.middelberg@uni-Hohenheim.de)
- Daten: Kick-Off-Meeting zu Beginn des Wintersemesters, Abschlusspräsentation & Abgabe der schriftlichen Arbeiten voraussichtlich im Dezember
- 10-12 Themen
- Die Benotung wird auf Basis der eingelieferten schriftlichen Arbeit, der Präsentation der eigenen Arbeit und der Teilnahme an der Diskussion vorgenommen werden

### Einführende Literatur

Kollmann, T. / Kuckertz, A. / Stöckmann, C. (2016): Das 1 x 1 des wissenschaftlichen Arbeitens. 2. Auflage. Wiesbaden: Gabler. Online verfügbar unter <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-10707-9>.

Steinmann, H. / Schreyögg, G. / Koch, J. (2013): Management: Grundlagen der Unternehmensführung Konzepte – Funktionen – Fallstudien. Wiesbaden: Gabler.



## Seminar 2 „Management von Wertschöpfungspartnerschaften“

Wissenschaftliche Arbeiten sind durch eine systematische Vorgehensweise geprägt, welche dem Leser komplexe Zusammenhänge und Forschungsergebnisse verständlich und objektiv nachvollziehbar vermittelt. Gewährleistet wird dies durch die Beachtung bestimmter Regeln und Verfahren, welche einen Vergleich sowie die Prüfung erarbeiteter Aussagen ermöglichen. Wer eine wissenschaftliche Arbeit liest, kann stets erkennen, aufgrund welcher Fakten und Analyseergebnisse der Autor zu seinen Schlussfolgerungen gekommen ist und auf welche anderen Wissenschaftler er sich beruft. Die umfassende Analyse der wissenschaftlichen Literatur stellt somit eine zentrale Herausforderung des wissenschaftlichen Arbeitens dar.

Das Masterseminar im WS 16/17 beschäftigt sich thematisch mit dem **Management von Wertschöpfungspartnerschaften**. Im Rahmen dessen werden den Studierenden die Grundlagen eines systematischen Literature Reviews anhand konkreter Forschungsfragen vermittelt. Die Studierenden analysieren hierzu zunächst den aktuellen Forschungsstand und bewerten dessen praktische Relevanz. Anschließend gilt es zentrale Erkenntnisse zu Wirkungsbeziehungen zu erfassen, die verwendeten Methoden darzustellen und Limitationen der bisherigen Studien zu identifizieren. Abschließend können Forschungslücken identifiziert und mögliche Untersuchungsmodelle aufgezeigt werden.

- Die Erstellung der schriftlichen Ausarbeitung erfolgt während der Semesterferien. Die Ergebnispräsentation findet während des Semesters im Rahmen von Blockveranstaltungen statt (die genauen Termine werden rechtzeitig auf der Homepage bekannt gegeben).
- Eine Kick-Off-Veranstaltung findet voraussichtlich am 13.07.2016 um 16:00 Uhr (s.t.) in HS 6 statt.
- Die Teilnehmeranzahl ist begrenzt auf 24 Teilnehmer.
- Die Bearbeitung findet in Zweierteams statt.
- Die Seminarleistung besteht aus einer schriftlichen Ausarbeitung, einer Abschlusspräsentation sowie einer aktiven Teilnahme an allen Plenumsveranstaltungen.
- Dozentin: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Elias Ertz und Adrian Lehr
- Ansprechpartner: Elias Ertz ([e.ertz@uni-hohenheim.de](mailto:e.ertz@uni-hohenheim.de)), Adrian Lehr



## Seminar 3 “Strategy and Sustainability” (LS Hahn)

### Topic

You always wanted to lead your own company?

You want to test and use your knowledge and skills in sustainability management and strategy in practice?

You like new challenges and do not fear competition?

Then join our seminar and join the board of a fictive company in a realistic business simulation! You will be in direct competition to teams run by other students, make your own decisions for “your” company, and experience market activities in a realistic business simulation on the topics of sustainability and strategy.

We will have a full day of “competition” (probably a Saturday at the beginning of the semester) followed by theoretical reflections on strategy and sustainability in several fortnightly seminar sessions (and a written homework).

### Procedure

- The seminar will be conducted completely in English.
- Dates and activities: One 1 hr. kick-off meeting at the beginning of the semester, one full day “competition” (likely a Saturday), several fortnightly 2 hr. seminar sessions.
- Grading will be based upon team performance in competition and individual reflections in a written assignment.
- Capacity is limited to 25 participants.
- Grades will be based on presentations and term papers.



## Seminar 4 „Management- und Marketing-Ethik“ (5702-441)

### Seminarthemen & Methodik

- Im Seminar werden folgende **Themen** aus dem Bereich einer **Management- und Marketing-Ethik** analysiert: Ethik der Preisdifferenzierung; Ethik der Managergehälter; Der Preis der Bioprodukte; Verhandlungsethik; Planned & Perceived Obsolescence; Ethik des Arbeitsplatzmanagements; Ecological Footprint; Interkulturelles Management; 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 Sommersemesters (wird rechtzeitig angekündigt)
- Präsentation gegen Ende der Vorlesungszeit des Wintersemesters (meist in zwei Blockveranstaltungen)

### Basisliteratur (als Hintergrund für alle Themen)

*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 Basisliteratur (Einstiegsliteratur) in den jeweiligen Seminarunterlagen angegeben.