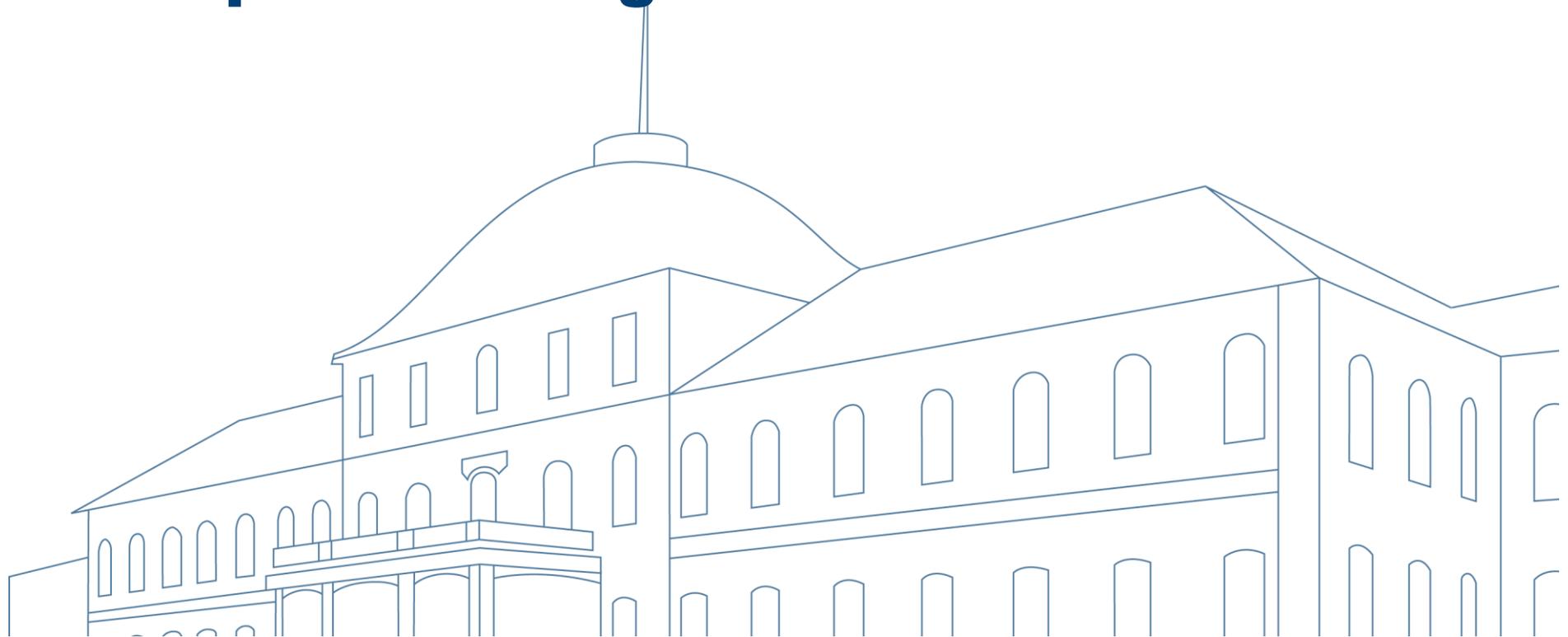




Masterseminare und Masterprojekt im Schwerpunkt Management im WS 17/18





Anmeldung zum Seminar im Schwerpunkt Management im Überblick

| Anmeldung | Zuteilung | Bearbeitung |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Anmeldung für Masterstudierende über die Homepage des Lehrstuhls für Unternehmensführung (https://uf-lehre.uni-hohenheim.de)• Anmeldung vom 20.06.17 (12 Uhr) bis 07.07.17• Jeder Studierende äußert seine Präferenzen.• Die Studierenden werden so zugeteilt, dass alle einen Seminarplatz mit möglichst hoher Präferenz erhalten.• Beachten Sie zudem, dass: Das Seminar 4 kann auch im Schwerpunkt „Marketing- and Management-Insights“ angerechnet werden. Sollten Sie dies anstreben, müssen Sie sich jedoch zwingend über den Lehrstuhl für Marketing & Konsumentenverhalten anmelden. Die Präferenzabgabe erfolgt dort ab Anfang Juli. Doppelanmeldungen für dieses Seminar sind nicht möglich! | <ul style="list-style-type: none">• Studierende, die sich in einem höheren Semester befinden, werden bevorzugt berücksichtigt.• Es besteht kein Anspruch auf einen Seminarplatz. Alle Seminare unterliegen Teilnehmerbegrenzungen.• 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. |



Seminar 1 “Hybrid Business and Social Entrepreneurship” (LS Hahn)

Topic

Society is increasingly prioritizing sustainability and, by extension, expecting sustainable value creation from entrepreneurs. In this regard, hybrid businesses, defined as organizations that ‘pursue a social mission while engaging in commercial activities to sustain their operations’ (Battilana and Lee, 2014: 399), operate alongside regular for-profit companies. More and more hybrid businesses (or social enterprises) are being created to tackle a series of societal problems with their specific business models, and research in this context is accumulating.

This seminar will deal with contemporary issues in the field of hybrid business and social entrepreneurship. We combine practical issues and thinking from the field with a strong research focus aiming to contribute to the knowledge on social entrepreneurs and employees. In the seminar, you will learn the basics of empirical research in business studies and apply the new knowledge in your own research project by collecting empirical data (e.g., by means of semi-structured interviews with hybrid business founders). Afterwards we will share the collected data among all participants and you will conduct different analyses and present your findings in class as well as in a written assignment.

Procedure

- Dates and activities: Most likely two 4 hr. introductory sessions at the beginning of the semester, and several fortnightly 2 hr. seminar sessions. (Changes might occur, since the allocation of rooms has not taken place, yet.)
- Capacity is limited to 20 participants.
- Grading will be based upon quality of data gathering, team presentations, and written assignments (i.e., homework) that will be crafted during the lecture period.
- Except for data gathering, all proof of performances will be done completely in English.

Seminar 2 “Case Studies in Sustainability Management and Strategy” (LS Hahn)

Thema

Im Rahmen dieses praxisorientierten Seminars werden Sie Ihr Wissen in den Bereichen des Nachhaltigkeitsmanagements sowie ggf. des strategischen Managements anwenden. Ziel wird es sein, Herausforderungen und Handlungsmöglichkeiten in einem realen Unternehmen zu analysieren und als Ergebnis eine Lehrfallstudie (teaching case study) zu Nachhaltigkeitsmanagement und Strategie zu schreiben.

Das Seminar wird durch Einführungsveranstaltungen und Gruppenpräsentationen begleitet. Das unternehmerische Fallbeispiel ermöglicht Ihnen theoretische Kenntnisse im Nachhaltigkeitsmanagement mit aktuellen Herausforderungen in der Unternehmenspraxis zu verbinden. Hierdurch sollen Theorie und Praxis verbunden werden und dabei zugleich Ihre Fähigkeiten in den o.g. Bereichen und im Schreiben von Fallstudien entwickelt werden.

Weitere Hinweise:

- Voraussetzung zur Teilnahme: Gute Kenntnisse auf dem Gebiet des Nachhaltigkeitsmanagement sowie **gute Englischkenntnisse** (Texte und Fallstudien werden auf Englisch sein!)
- Max. Teilnehmerzahl: 20
- I.d.R. 14-tägige Sitzungen mit zwischengeschalteter Teamarbeit
- Leistungsnachweis: Erstellung einer Lehrfallstudie (in Teams) und zugehöriger „Teaching Note“ (als Einzelleistung) und aktive Teilnahme an den Veranstaltungen; Anleitungen zum Schreiben einer Fallstudie werden im Seminar gegeben
- **Alle Gruppenpräsentationen auf Englisch!**

Der Schwerpunkt des Seminars liegt auf praxisorientierten Fallstudien zum Nachhaltigkeitsmanagements. Das Seminar behandelt weder akademisches Schreiben noch forschungsorientierte Fallstudien (es ist also nicht zur speziellen Vorbereitung auf spätere Abschlussarbeiten geeignet!).



Seminar 3 am Lehrstuhl für Unternehmensführung: „Insights in die Leadership-Forschung: Digital und Responsible Leadership“

Die digitale Transformation und wachsende Ansprüche verschiedener Stakeholder stellen Führungskräfte vor neue Herausforderungen. Diese Veränderungen erfordern ein Umdenken im Hinblick auf die Art der (Mitarbeiter-)Führung und das damit verbundene Führungsverhalten. Sowohl Digital Leadership als auch Responsible Leadership sind in diesem Kontext von hoher Relevanz. Allerdings sind in der wissenschaftlichen Literatur bis dato keine Messinstrumente zu finden, die diese beiden Führungsansätze valide erfassen können.

Die Teilnehmer werden im Rahmen des Masterseminars im Wintersemester 17/18 einen Einblick in den wissenschaftlichen Forschungsprozess erhalten. Ziel ist es dabei, in Kleingruppen geeignete Messverfahren für die beiden Führungsansätze 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 (voraus. 1 Semesterwoche) und endet mit der Präsentation der Untersuchungsergebnisse (voraus. KW 4, 2018).
- 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 4-5 Personen eingeteilt.
- Die Seminarleistung besteht aus den entsprechenden Präsentationen und einer schriftlichen Ausarbeitung (Kurzpapier).
- Besuch der Veranstaltung Multivariate Data Analysis wird empfohlen.
- Die Teilnehmerzahl ist auf max. 20 Personen begrenzt.

Dozent: Prof. Dr. Marion Büttgen mit Laura Oesterle und Ellen Weber

Ansprechpartnerin: Ellen Weber (e.weber@uni-hohenheim.de)



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

Seminarthemen & Methodik

- Im Seminar werden voraussichtlich u.a. folgende **Themen** aus dem Bereich einer **Management- und Marketing-Ethik** analysiert: Geplante Obsoleszenz; Arbeitsplatzmanagement; Preisdifferenzierung; Verhandlungsethik; der Preis der Bioprodukte; Compliance; Ethik der Managergehälter; Interkulturelles Management; Whistleblowing; Ethik der Finanzmärkte; 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)
- Präsentationsblöcke vermutlich im Januar 2018 (in zwei oder drei Blockveranstaltungen)

Basisliteratur (als Hintergrund für alle Themen)

SCHRAMM, MICHAEL ((2016): Wie funktioniert die Geschäftswelt wirklich? Business Metaphysics und Theorie der Firma, in: Ethica 24 (4/2016), S. 311 - 360.

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.

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

Spezifische Basisliteratur für die einzelnen Themen

Für die einzelnen Themen wird spezifische Basisliteratur (Einstiegsliteratur) in den jeweiligen Seminarunterlagen angegeben.