

Informationsveranstaltung zum Master-Studiengang „Marketing und E-Business“



Agenda

1

Die Professuren des Schwerpunkts

2

Aufbau des Studiums

3

Gemeinsam angebotene Veranstaltungen

4

Weiterführende Informationen

Die Professuren des Schwerpunkts



Professur für Marketing und Konsumentenverhalten

Prof. Dr. Yasemin Boztuğ
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.marketing.uni-goettingen.de



Professur für Marketing und Innovationsmanagement

Prof. Dr. Maik Hammerschmidt
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.innovationsmanagement.uni-goettingen.de



Professur für Marketing und Handelsmanagement

Prof. Dr. Waldemar Toporowski
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.handel.uni-goettingen.de



Professur für Anwendungssysteme und E-Business

Prof. Dr. Matthias Schumann
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
www.as.wiwi.uni-goettingen.de



Professur für Interorganisationale Informationssysteme

Prof. Dr. Manuel Trenz
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
www.infsys.uni-goettingen.de



Juniorprofessur für Digitales Marketing

Prof. Dr. Welf Weiger
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.digitalmarketing.wiwi.uni-goettingen.de

Professur für Marketing und Konsumentenverhalten



Prof. Dr. Yasemin Boztuğ
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
marketing@wiwi.uni-goettingen.de

Wissenschaftlicher
Assistent:



Dr. Ossama
Elshiewy

elshiewy@wiwi.
uni-goettingen.de

Wissenschaftliche
Mitarbeiter:



Monique
Breaz, M.A.

monique.breaz@wiwi.
uni-goettingen.de



Fernanda
Carneiro-Otto, M.Sc.

fernanda.carneiro-otto@
uni-goettingen.de



Helena
Schirmacher, M.Sc.

helena.schirmacher@
uni-goettingen.de



Gesa
Stremmel, M.Sc.

gesa.stremmel@
uni-goettingen.de

Professur für Marketing und Innovationsmanagement



Prof. Dr. Maik Hammerschmidt
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
innovationsmanagement@wiwi.uni-goettingen.de

Wissenschaftliche Mitarbeiter:



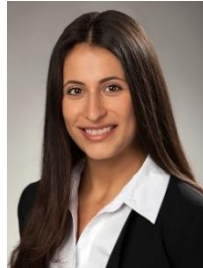
Stefan Fischer,
M.Sc.

stefan.fischer@wiwi.uni-goettingen.de



Thomas Jaskolka,
M.Sc.

thomas.jaskolka@wiwi.uni-goettingen.de



Nika Mozafari,
M.Sc.

nika.mozafari@wiwi.uni-goettingen.de



Melanie Schwede,
M.Sc.

melanie.schwede@wiwi.uni-goettingen.de



Tobias Wolf,
M.Sc.

tobias.wolf@wiwi.uni-goettingen.de

Professur für Marketing und Handelsmanagement



Prof. Dr. Waldemar Toporowski
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
handel1@uni-goettingen.de

Honorar-
professor:



Prof. Dr. Rainer
Lademann

Lademann@Lademann-
Associates.com

Wissenschaftliche
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:



Judith Derenthal,
M.Sc.

judith.derenthal@wiwi.uni-
goettingen.de



Vüsal Hasanzade,
M.Sc.

vuesal.hasanzade@
wiwi.uni-goettingen.de



Laura Henkel,
M.Sc.

laura.henkel@uni-
goettingen.de

Professur für Anwendungssysteme und E-Business



Prof. Dr. Matthias Schumann
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
as@uni-goettingen.de

Wissenschaftliche Mitarbeiter (im Bereich MEB):



Julian Busse,
M.Ed.

julian.busse@uni-
goettingen.de



Aline Lange,
M.Sc.

aline.lange@uni-
goettingen.de



Raphael Meyer
von Wolff, M.Sc.

r.meyervonwolff@uni-
goettingen.de



Tobias Nießner,
M.Sc.

tobias.niessner@uni-
goettingen.de

Professur für Interorganisationale Informationssysteme



Prof. Dr. Manuel Trenz
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
trenz@uni-goettingen.de

Wissenschaftliche
Mitarbeiterin:



Laura Schulze, M.Sc.

laura.schulze@uni-goettingen.de

Juniorprofessur für Digitales Marketing



Prof. Dr. Welf Weiger
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
welf.weiger@wiwi.uni-goettingen.de

Wissenschaftlicher
Mitarbeiter:



Johann Nikolai Giertz,
M.Sc.

jgiertz@uni-goettingen.de

Agenda

1

Die Professuren des Schwerpunkts

2

Aufbau des Studiums

3

Gemeinsam angebotene Veranstaltungen

4

Weiterführende Informationen

Aufbau des Studiums

| | | | |
|------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| Basismodule 12 Credits | Synergiemodul 6 Credits | Quantitative Methoden 6 Credits | 1. Semester 30 Credits |
| Basismodule 12 Credits | Seminar 6 Credits | Wahlbereich 18 Credits | 2. Semester 30 Credits |
| Projektstudium 18 Credits | | Wahlbereich 12 Credits | 3. Semester 30 Credits |
| Masterarbeit 30 Credits | | | 4. Semester 30 Credits |

Aufbau des Studiums

Wahlpflichtbereich Basismodule (insgesamt 24 Credits)

- Marketing: Distribution, Innovationsmanagement, Pricing Strategy, Strategisches Marketing (mind. 1 aus 4)
- E-Business: Change & Run IT, Informationsmanagement, Integrierte Anwendungssysteme, Modeling and System Development, Digital Platforms (mind. 1 aus 5)

Wahlpflichtbereich Seminar (insgesamt 6 Credits)

- Seminar „Handel“ (Lademann), Seminar „Handel“ (Toporowski), Seminar „Innovation“ (Hammerschmidt), Seminar „Marketing“ (Boztuğ) (1 aus 4)

Pflichtbereich Synergiemodul (insgesamt 6 Credits)

Pflichtbereich Quantitative Methoden (insgesamt 6 Credits)

- Marktforschung I, Marktforschung II (mind. 1 aus 2)

Pflichtbereich Projektstudium (insgesamt 18 Credits)

- Durchführung von Forschungsprojekten, die übergreifende Problembereiche behandeln

Wahlbereich (insgesamt 30 Credits)

- z. B. Digital Marketing, Machine Intelligence: Concepts and Applications

Masterarbeit (30 Credits)

- Präsentation im Rahmen eines Kolloquiums

| | | | |
|------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| Basismodule 12 Credits | Synergiemodul 6 Credits | Quantitative Methoden 6 Credits | 1. Semester 30 Credits |
| Basismodule 12 Credits | Seminar 6 Credits | Wahlbereich 18 Credits | 2. Semester 30 Credits |
| Projektstudium 18 Credits | | Wahlbereich 12 Credits | 3. Semester 30 Credits |
| Masterarbeit 30 Credits | | | 4. Semester 30 Credits |

Veranstaltungsübersicht

| Veranstaltung | SoSe 21 | WiSe 21/22 | SoSe 22 | WiSe 22/23 | SoSe 23 |
|---|---------|------------|---------|------------|---------|
| Wahlpflichtbereich Basismodule | | | | | |
| Marketing Channel Strategy | X | | X | | X |
| Innovationsmanagement | X | | X | | X |
| Pricing Strategy | | X | | X | |
| Strategisches Marketing | | | | X | |
| Change & Run IT | X | X | X | X | X |
| Informationsmanagement | X | X | X | X | X |
| Integrierte Anwendungssysteme | X | | X | | X |
| Modeling and System Development | | X | | X | |
| Digital Platforms | | X | | X | |
| Wahlpflichtbereich Seminar | | | | | |
| Seminar „Handel“ (Lademann) | X | | X | | X |
| Seminar „Handel“ (Toporowski) | | X | | X | |
| Seminar „Innovation“ (Hammerschmidt) | | X | | X | |
| Seminar „Marketing“ (Boztuğ) | X | | X | | X |
| Pflichtbereich Quantitative Methoden | | | | | |
| Marktforschung I | | X | | X | |
| Marktforschung II | X | | X | | X |
| Pflichtbereich Synergiemodul | | | | | |
| Synergiemodul Innovative Geschäftsmodelle im Marketing und E-Business | X | X | X | X | X |
| Pflichtbereich Projektstudium | | | | | |
| Projektstudium (verschiedene Themen) | X | X | X | X | X |

Veranstaltungsübersicht

| Veranstaltung | SoSe 21 | WiSe 21/22 | SoSe 22 | WiSe 22/23 | SoSe 23 |
|--|---------|------------|---------|------------|---------|
| Wahlbereich | | | | | |
| Discrete Choice Modeling | | X | | | |
| Panel Data Analysis in Marketing | X | | | | |
| Digital Marketing | | X | | X | |
| Machine Intelligence: Concepts and Applications | X | | X | | X |
| Digital Strategy and Interorganizational Information Systems | X | | X | | X |

Agenda

1 Die Professuren des Schwerpunkts

2 Aufbau des Studiums

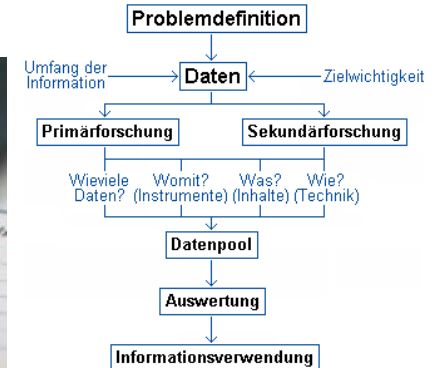
3 Gemeinsam angebotene Veranstaltungen

4 Weiterführende Informationen

Vorlesung „Marktforschung I“

- Darstellung multivariater Analysemethoden

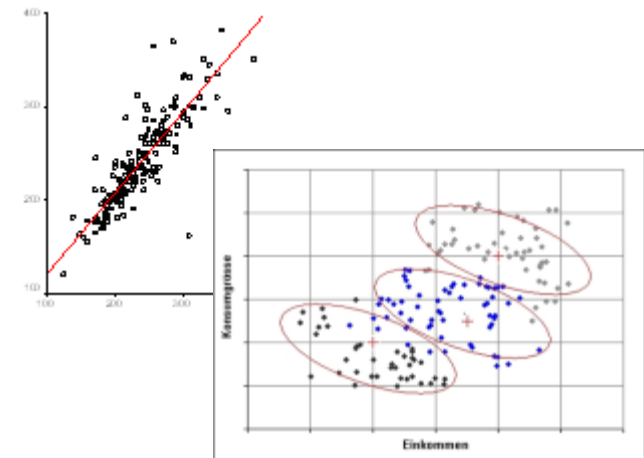
- Varianzanalyse
- Regressionsanalyse
- Clusteranalyse
- Diskriminanzanalyse



- Praktische Anwendung der Methoden mit SPSS in einer Übung

- Organisation

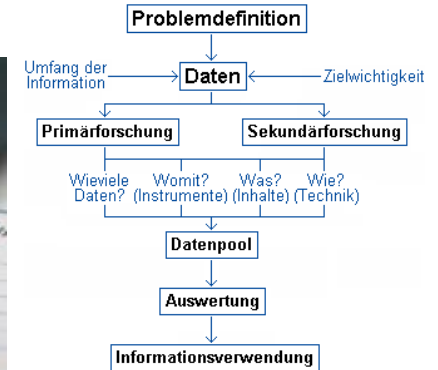
- Wöchentliche Vorlesung und Übung
- Prüfungsleistung: Klausur
- Dozenten:
Prof. Dr. Yasemin Boztuğ,
Prof. Dr. Maik Hammerschmidt,
Prof. Dr. Waldemar Toporowski
- Ansprechpartnerin: Gesa Stremmel, M.Sc.



Vorlesung „Marktforschung II“

- Darstellung multivariater Analysemethoden

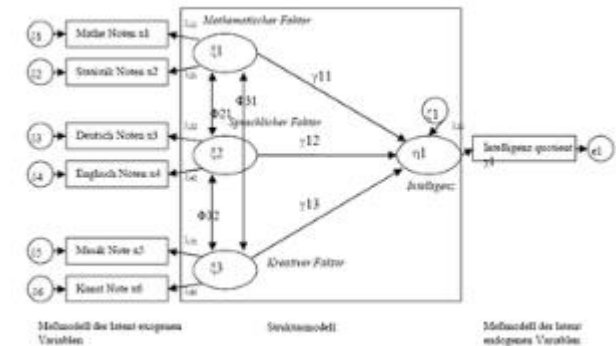
- Faktorenanalyse
- Strukturgleichungsmodelle
- Conjoint-Analyse
- Discrete Choice Modellierung



- Praktische Anwendung der Methoden mit SPSS in einer Übung

- Organisation

- Wöchentliche Vorlesung und Übung
- Prüfungsleistung: Klausur
- Dozenten:
Prof. Dr. Yasemin Boztuğ,
Prof. Dr. Maik Hammerschmidt,
Prof. Dr. Waldemar Toporowski
- Ansprechpartnerin: Gesa Stremmel, M.Sc.



Synergiemodul Innovative Geschäftsmodelle im Marketing und E-Business

- 1. Teil der Veranstaltung: Vorlesung zur Vermittlung der grundlegenden Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Aspekten des Marketings und E-Business
- 2. Teil der Veranstaltung: Bearbeitung einer Fallstudie auf der Grundlage der Vorlesung in einer Gruppe
- **Organisation:**
 - Prüfungsleistung: Klausur (90 min, 3 Credits) und Bearbeitung der Fallstudie (max. 15 Seiten pro Gruppe, 3 Credits)
 - Insgesamt 6 Credits
 - Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Prof. Dr. Maik Hammerschmidt, Prof. Dr. Matthias Schumann, Prof. Dr. Waldemar Toporowski (gemeinsames Angebot der vier Professuren)

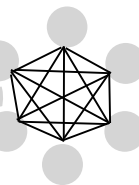
Wir empfehlen allen Studierenden das Synergiemodul im 1. Semester zu besuchen!



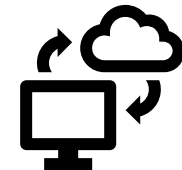
Anbieter



Internet



Konsument



Projektstudium

- Durchführung von Projekten, die übergeordnete und praxisrelevante Problemstellungen behandeln
- Themen der letzten Semester:
 - Flagship Stores bei FMCG anhand des Flagship Store-Konzeptes der Marke NIVEA
 - Strategische Markenpositionierung im Multi-Channel Vertrieb am Beispiel des Möbelherstellers Massivum
 - Erfolgsfaktoren von Self-Service Technologien anhand von Aufrufsystemen der Deutschen Bahn
 - Erfolgsfaktoren der Göttinger Mensa
 - Bedarfsanalyse für den potenziellen Neu-/Ausbau eines Göttinger Parkhauses der Stadtwerke Göttingen AG
 - Implementierung eines Instant Messaging Services zur Kundenbindung bei einem Göttinger Einzelhändler

- Organisation:

- Arbeit in Kleingruppen
- Prüfungsleistung: Präsentation, Projektbericht
- Dozenten:
Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Prof. Dr. Maik Hammerschmidt,
Prof. Dr. Matthias Schumann, Prof. Dr. Waldemar Toporowski,
Prof. Dr. Welf Weiger



Vortragsreihe

Jedes Sommersemester Referentinnen und Referenten ausgewählter
Praxispartner zum Thema

„Marketing und E-Business –
Lösungskonzepte aus der Praxis“



Agenda

1

Die Professuren des Schwerpunkts

2

Aufbau des Studiums

3

Gemeinsam angebotene Veranstaltungen

5

Weiterführende Informationen

Forschungshilfen aus Studiengebühren für MEB-Studierende



Sawtooth Software
The survey software of choice

UNIPARK



Wichtige Internetadressen

Schwerpunkt Marketing und E-Business

<http://www.meb.uni-goettingen.de>

Universitätsverzeichnis UniVZ:

univz.uni-goettingen.de

eCampus: Zentraler Zugang zu den relevanten Onlinediensten (SB/UniVZ, Stud.IP, E-Mail)

<https://ecampus.uni-goettingen.de>

Wirtschaftswissenschaftliches Online Prüfungsamt Göttingen

www.wiwipa.uni-goettingen.de

Prüfungsverwaltung (FlexNow)

<http://pruefungsverwaltung.uni-goettingen.de>

Staats- und Universitätsbibliothek (SUB)

www.sub.uni-goettingen.de

WiSo-Bibliothek

www.sub.uni-goettingen.de/ebene_1/1_wisob.html.de

Ansprechpartner

**Professur für
Marketing und Konsumentenverhalten**

Prof. Dr. Yasemin Boztuğ
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.221)
37073 Göttingen
boztug@wiwi.uni-goettingen.de

Helena Schirmacher, M.Sc.
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.235)
37073 Göttingen
helena.schirmacher@uni-goettingen.de

**Professur für
Marketing und Handelsmanagement**

Prof. Dr. Waldemar Toporowski
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.214)
37073 Göttingen
wtoporo@wiwi.uni-goettingen.de

Judith Derenthal, M.Sc.
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.237)
37073 Göttingen
judith.derenthal@wiwi.uni-goettingen.de

**Professur für
Interorganisationale Informationssysteme**

Prof. Dr. Manuel Trenz
Platz der Göttinger Sieben 5 (Raum: MZG 7.130)
37073 Göttingen
trenz@uni-goettingen.de

**Professur für
Marketing und Innovationsmanagement**

Prof. Dr. Maik Hammerschmidt
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.205)
37073 Göttingen
maik.hammerschmidt@wiwi.uni-goettingen.de

Nika Mozafari, M.Sc.
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.202)
37073 Göttingen
nika.mozafari@wiwi.uni-goettingen.de

**Professur für
Anwendungssysteme und E-Business**

Prof. Dr. Matthias Schumann
Platz der Göttinger Sieben 5 (Raum: MZG 5.150)
37073 Göttingen
mschuma1@uni-goettingen.de

Raphael Meyer von Wolff, M.Sc.
Platz der Göttinger Sieben 5 (Raum: MZG 5.132)
37073 Göttingen
r.meyervonwolff@uni-goettingen.de

**Juniorprofessur für
Digitales Marketing**

Prof. Dr. Welf Weiger
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.234)
37073 Göttingen
welf.weiger@wiwi.uni-goettingen.de

Gern beantworten wir Ihre Fragen

