

Informationsveranstaltung zum
Master-Studiengang in
Marketing und Distributionsmanagement

Die Professuren des Masterstudiengangs „Marketing und Distributionsmanagement“



Professur für Marketing,
insb. Konsumentenforschung
Prof. Dr. Yasemin Boztuğ
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.marketing.uni-goettingen.de



Professur für
Handelsbetriebslehre
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 Marketing und
Innovationsmanagement
Dr. Maik Hammerschmidt
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.innovationsmanagement.uni-goettingen.de

Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung



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

Wissenschaftliche Mitarbeiter:



Dipl.-Kfm. Ossama Elshiewy
ossama.elshiewy@wiwi.uni-goettingen.de



Dipl.-Hdl. Helena Kostka
helena.kostka@wiwi.uni-goettingen.de



Dipl.-Kffr. Jutta Schuch
jutta.schuch@wiwi.uni-goettingen.de



Dipl.-Kffr. Alexandra Szczepanski
alexandra.szczepanski@wiwi.uni-goettingen.de

Professur für Marketing und Innovationsmanagement



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

Wissenschaftliche Mitarbeiter:



Dipl.-Kfm. Sebastian Klein
sebastian.klein@wiwi.uni-goettingen.de



Dipl.-Kfm. Welf Weiger
welf.weiger@wiwi.uni-goettingen.de

Professur für Handelsbetriebslehre



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

Wissenschaftliche Mitarbeiter:



Anne Wiese, M. Sc.
awiese@uni-goettingen.de



Dipl.-Kfm. Julian Kellner
julian.kellner@wiwi.uni-goettingen.de

Honorarprofessor:



Prof. Dr. Rainer Lademann
Lademann@Lademann-
Associates.com

Professur für Anwendungssysteme und E-Business



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

Wissenschaftliche Mitarbeiter:



Dipl.-Wi.-Inf. Lars Thoroë
lthoroe@uni-goettingen.de



Dipl.-Wi.-Inf. Stefan Christmann
schrist@uni-goettingen.de



Dipl.-Oec. Stefan Bitzer
sbitzer@uni-goettingen.de



Dipl.-Wi.-Inf. Stefan Friedemann
sfriede1@uni-goettingen.de

Aufbau des Studiums

Basismodule 12 Credits	Synergiemodul 6 Credits	Seminar 6 Credits	1. Semester 30 Credits
Basismodule 12 Credits		Quantitative Methoden 6 Credits	Wahlbereich 18 Credits
Forschungsseminare & 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: Preispolitik, Distribution, Innovationsmanagement oder Marketing Engineering (2 aus 4)
- Modellierung und Systementwicklung, Integrierte Anwendungssysteme oder Change & Run IT (2 aus 3)

Wahlpflichtbereich Seminar (insgesamt 6 Credits)

Seminar „Marketing“, Seminar „Innovation“, Seminar „Aktuelle Entwicklungen der Handelswissenschaft“ (1 aus 3)

Pflichtbereich Synergiemodul (insgesamt 6 Credits)

Pflichtbereich Quantitative Methoden (insgesamt 6 Credits)

- Marktforschung I, Marktforschung II

Pflichtbereich Forschungsseminare & Projektstudium (insgesamt 18 Credits)

- Durchführung von Forschungsprojekten, die übergreifende Problembereiche behandeln

Wahlbereich (insgesamt 30 Credits)

- Wahlmodule: z.B. Strategisches Marketing

Masterarbeit (30 Credits)

- Präsentation im Rahmen eines Kolloquiums

Basismodule 12 Credits	Synergiemodul 6 Credits	Seminar 6 Credits	1. Semester 30 Credits
Basismodule 12 Credits		Wahlbereich 18 Credits	2. Semester 30 Credits
Forschungsseminare & Projektstudium 18 Credits		Wahlbereich 12 Credits	3. Semester 30 Credits
Masterarbeit 30 Credits			4. Semester 30 Credits

Veranstaltungsübersicht

Veranstaltung	SoSe 11	WS 11/12	SoSe 12	WS 12/13	SoSe 13	WS 13/14
Wahlpflichtbereich: Basismodule						
Preispolitik				X		
Marketing Engineering		X				X
Innovationsmanagement	X		X		X	
Distribution	X		X		X	
Modellierung und Systementwicklung		X		X		X
Integrierte Anwendungssysteme	X		X		X	
Change & Run IT	X	X	X	X	X	X
Wahlpflichtbereich: Seminar						
Seminar „Marketing“ (Boztuğ)	X		X		X	
Seminar „Innovation“ (Hammerschmidt)		X		X		X
Seminar „Handel“ (Toporowski)		X		X		X
Pflichtbereich: Quantitative Methoden						
Marktforschung I		X		X		X
Marktforschung II	X		X		X	
Pflichtbereich: Synergiemodul						
Synergiemodul (verschiedene Themen)	X	X	X	X	X	X
Wahlbereich						
Strategisches Marketing		X		X		X
Planspiel „Markstrat“		X		X		X
Seminar „Handel“ (Lademann)	X		X		X	
Forschungsseminare & Projektstudium						
Projektstudium (verschiedene Themen)	X	X	X	X	X	X
Sonstiges						
Wissenschaftliches Arbeiten	X	X	X	X	X	X

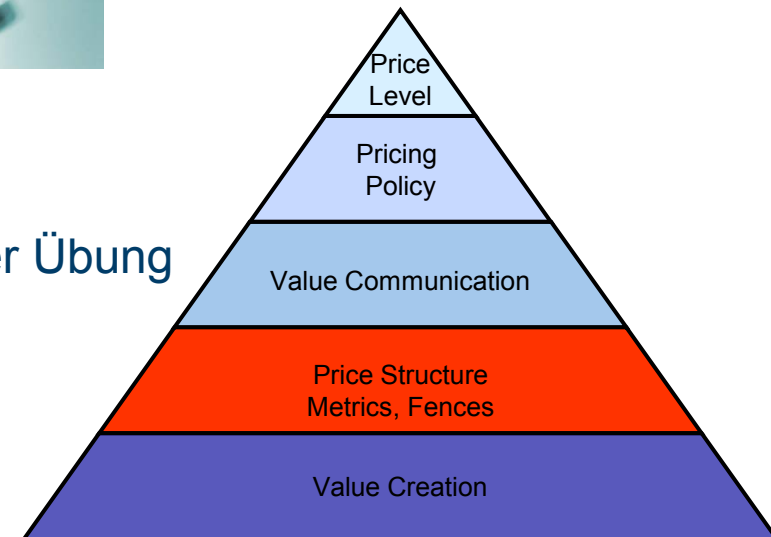
Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung

Prof. Dr. Yasemin Boztuğ

Veranstaltungen

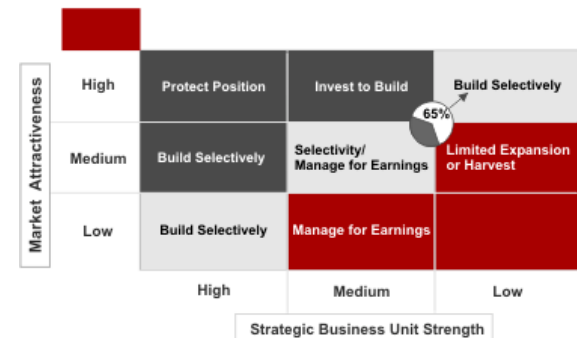
Vorlesung „Preispolitik“

- Vermittlung der wichtigsten Determinanten der Preispolitik und des Preismanagements
- Inhalte:
 - Preisstrategie
 - Wertschöpfung
 - Marktsegmentierung & Preisstruktur
 - Preisanpassung
 - Preispolitik & Preisniveau
 - Kosten- und Finanzanalyse
- Praktische Anwendung der Methoden in einer Übung
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ,
Dipl.-Kfm. Ossama Elshiewy



Vorlesung „Marketing Engineering“

- Computergestützte Marktanalyse und Marktplanung
- Einsatz von Entscheidungsmodellen im Marketing
- Die Veranstaltung besteht aus zwei Teilen:
 - Strategisches Marketing:
 - Theoretische Einführung in das strategische Marketing
 - Marketing-Engineering Konzepte:
 - Vorstellung und praktische Anwendung von Marketing-Engineering Modellen
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ



Seminar „Marketing“

- Untersuchung interessanter Fragestellungen des Marketing
- Aktuelles Beispiel:

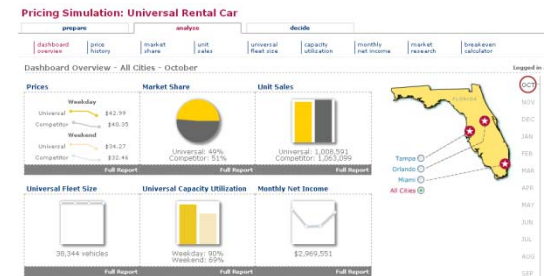
Simulation: Universal Rental Car – Pricing Simulation

- Entwicklung von Preisstrategien für ein Unternehmen

Ziel der Studenten ist es mit einer geeigneten Preisgestaltung den Gewinn einer Autovermietung zu steigern. Zur Entscheidungsunterstützung stehen den Studenten Unternehmensdaten, sowie Informationen über das Konkurrenzunternehmen zur Verfügung.

- **Organisation**

- Arbeit in Kleingruppen
- Blockveranstaltung
- Prüfungsleistungen: Seminararbeit, Präsentation, Dokumentation der Simulation
- Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ,
Dipl.-Kfm. Ossama Elshiewy, Dipl.-Kffr. Alexandra Szczepanski



Planspiel „Markstrat“

- MarkStrat ist ein computersimuliertes, online durchgeführtes Marketing-Planspiel. Als Team (3-4 Studenten) übernehmen Sie die Geschäftsführung je eines von fünf Planspielunternehmen, das Produkte auf zwei stark segmentierten Märkten vertreibt.

Product Markets	Target Segments	Distribution Channels
Sonites	Bufs Singles Professionals High Earners Others	Specialty Stores Department Stores
Vodites	Innovators, Early Adopters Followers	Mass Merchandisers

- **Organisation:**
 - Arbeit in Kleingruppen
 - Prüfungsleistungen: Seminararbeit, Strategiebericht, Präsentation der Ergebnisse
 - Dozenten: Dipl.-Kffr. Helena Kostka, Dipl.-Kffr. Jutta Schuch

Wissenschaftliches Arbeiten

- Zielsetzung

- Die qualifizierte Vorbereitung auf das wissenschaftliche Arbeiten, insbesondere auf das Anfertigen von Seminar- und Abschlussarbeiten;
- Inhalte der Veranstaltung:
 - Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
 - Literaturarbeit (Literaturrecherche, -verwaltung, -auswertung)
 - Strukturierung der Arbeit
 - Formale Gestaltung der Arbeit
 - Präsentation
 - Einführung in die Anfertigung einer empirischen Arbeit (Fragebogen).

- Organisation

- Arbeit in Kleingruppen
- Blockveranstaltung
- Dozenten: Dipl.-Kffr. Jutta Schuch, Dipl.-Kffr. Alexandra Szczepanski



Professur für Marketing und Innovationsmanagement

Dr. Maik Hammerschmidt

Veranstaltungen

Vorlesung „Innovationsmanagement“

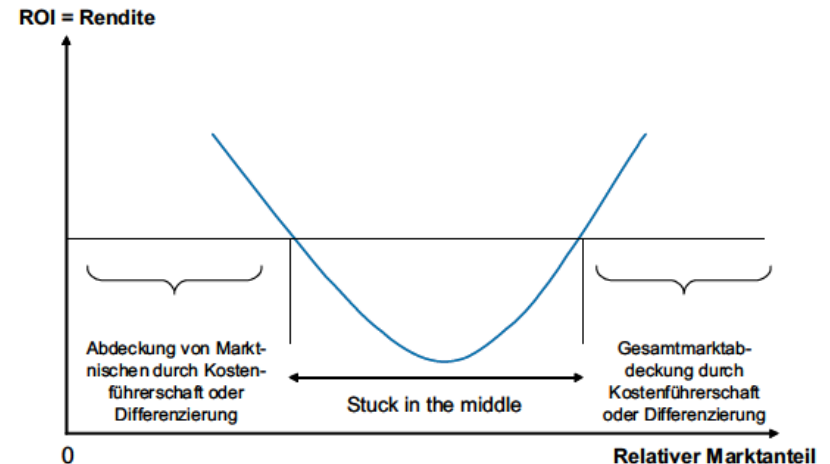
- Gegenstand und Aufgaben des Innovationsmanagements
- Marktanalyse, Produkt- und Innovationsstrategie
- Management des Innovationsprozesses
 - Ideengewinnung und – konkretisierung
 - Konzeptdefinition
 - Konzeptbewertung und -selektion
 - Markteinführung neuer Produkte
- Management am Markt etablierter Produkte
- Aktuelle Ansätze des Innovationsmanagements

- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Dr. Maik Hammerschmidt



Vorlesung „Strategisches Marketing“

- Unternehmenserfolg durch Marktorientierung
 - Herausforderungen durch Marktwandel
 - Erfolgsfaktorenforschung
 - Dimensionen der Marktorientierung
- Strategieorientierung
 - Ausgewählte Strategiekonzepte
 - Wachstumsstrategien
 - Geschäftsfeldkonzepte
 - Marktstrategien
 - Wettbewerbsstrategien
 - Portfolio-Analyse und abgeleitete Normstrategien
- Wettbewerbsorientierung und Wettbewerbsvorteilsmanagement
- Kundenorientierung und kundenorientierte Unternehmenskultur
- Marktorientierte Unternehmensorganisation
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Dr. Maik Hammerschmidt



Seminar „Innovation“

- **Untersuchung aktueller Fragestellungen im Innovationsmanagement**
Das Seminar soll die Studenten dazu befähigen, sich systematisch und strukturiert mit Fragestellungen im Marketing und Innovationsmanagement auseinanderzusetzen. Es werden vorhandene Lösungsansätze präsentiert, beurteilt und ansatzweise weiterentwickelt. Das Seminar bereitet die Studenten auf die Anfertigung einer Masterarbeit an der Professur für Marketing und Innovationsmanagement vor.
- **Beispiel:**
Innovative Kommunikationsformen im Social Media Engagement
 - Theoretische Analyse von Innovationspotentialen der Markenkommunikation auf Social Media Plattformen
- **Organisation**
 - Arbeit in Kleingruppen
 - Blockveranstaltung
 - Prüfungsleistungen: Seminararbeit, Präsentation
 - Dozenten: Dr. Maik Hammerschmidt, Dipl.-Kfm. Sebastian Klein, Dipl.-Kfm. Welf Weiger

Professur für Handelsbetriebslehre

Prof. Dr. Waldemar Toporowski

Veranstaltungen

Vorlesung „Distribution“

- Die Vorlesung legt und vertieft Grundlagen der Distribution und geht dabei auf folgende Schwerpunkte detaillierter ein:
 - Begriffliche Grundlagen der Distribution
 - Begründung der Einschaltung des Handels
 - Betriebsformen des Handels
 - Koordinationsformen zwischen Industrie und Handel
 - Mehrkanal-Systeme (Multi-Channel-Retailing)
 - Internationale Distribution
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Prof. Dr. Waldemar Toporowski



Seminar „Aktuelle Entwicklungen der Handelswissenschaft“

- Untersuchung aktueller Fragestellungen aus der Handelswissenschaft
- Themen der Vergangenheit:
 - Neue Technologien im Handel
 - Sustainability in der Lieferkette
- Organisation
 - Blocktermine
 - Präsentation und Seminararbeit
 - Dozent: Prof. Dr. Waldemar Toporowski und Mitarbeiter



Seminar „Marketing- und Wettbewerbsstrategien in Industrie und Handel“

- Analyse und Bewertung von Schlüsselfragen der Sortimentspolitik im Fast-Moving-Consumer-Goods-Bereich (FMCG)
- Exemplarische Untersuchung von Hersteller- und Handelsmarkenkonzepten aus Anbieter- und Kundensicht in ausgewählten Produktgruppen
- Organisation
 - 7 – 8 Blocktermine mit thematischer Einführung
 - Durchführung kleinerer Untersuchungen in Gruppen
 - Präsentation und Abschlussbericht
 - Dozent: Prof. Dr. Rainer P. Lademann

Seminar „Wissenschaftliches Arbeiten“

- Zielsetzung: Die Fähigkeiten der Teilnehmer, eine wissenschaftliche Arbeit zu erstellen, sollen gesteigert werden
- Für Studierende, die an der Professur für Handelsbetriebslehre ihre Abschlussarbeit schreiben möchten, ist die Teilnahme verpflichtend
- Inhalte:
 - Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenfindung, Problemstellung, Strukturierung, Zitierweise)
 - Durchführung einer Literaturrecherche (on- und offline), -auswertung und -strukturierung
 - Formal und inhaltlich richtig Schreiben, Layout (Tipps und Tricks in Word, ggf. Powerpoint)
 - Zeitplanung
 - Datenerhebung (Form und Aufbau eines Fragebogens)
 - Einführung in SPSS und Ergebnispräsentation
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindendes Seminar
 - Dozenten: Dipl.-Kfm. Julian Kellner, Anne Wiese, M.Sc.



Professur für Anwendungssysteme und E-Business

Prof. Dr. Matthias Schumann

Veranstaltungen

Modellierung und Systementwicklung

1 Grundlagen

2 Systemanalyse

2.1 Systemaufnahme

2.2 Systemmodellierung

2.2.1 Prozessorientierte Analyse

2.2.2 Objektorientierte Analyse

3 Systementwurf und -implementierung

3.1 Entwurf

3.2 Implementierung

4 Management der Systementwicklung

4.1 Systemintegration

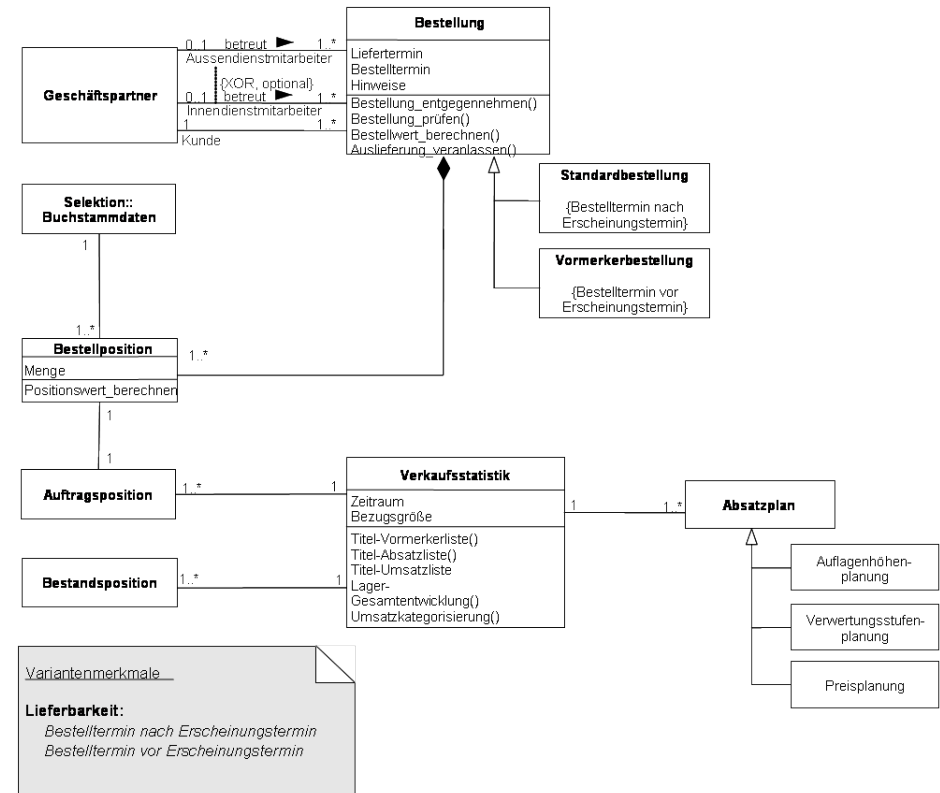
4.2 Qualitätsmanagement

4.3 Konfigurations- und Changemanagement

4.4 Aufwandschätzung

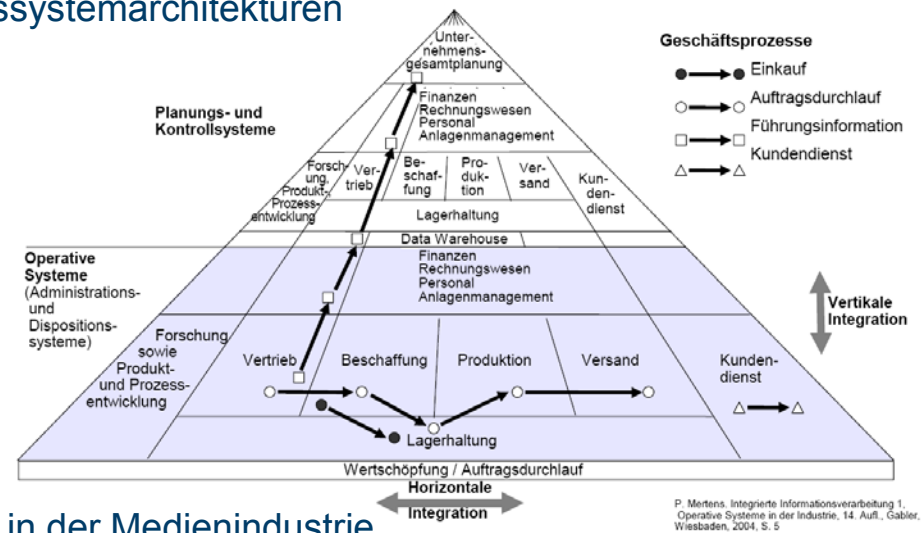
• Organisation

- Wöchentlich stattfindende Veranstaltung
- Prüfungsleistung: Klausur, Hausarbeit, Fallstudien
- Dozent: Prof. Dr. Matthias Schumann



Integrierte Anwendungssysteme

- Grundlagen der Anwendungssysteme und der Integration, IT Governance
- Ziele und Grenzen der Integration, Anwendungssystemarchitekturen und Integrationskonzepte
- Elektronischer Datenaustausch und Ontologien
- CRM
- Unternehmensportale
- Produktlebenszyklusmanagement
- Integriertes Debitorenmanagement
- Supply Chain Management und ECR
- Integrierte Produktion
- Zahlungsverkehrssysteme
- Reisevertriebssysteme und integrierte Systeme in der Medienindustrie
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Veranstaltung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Prof. Dr. Matthias Schumann



Professur für Informationsmanagement

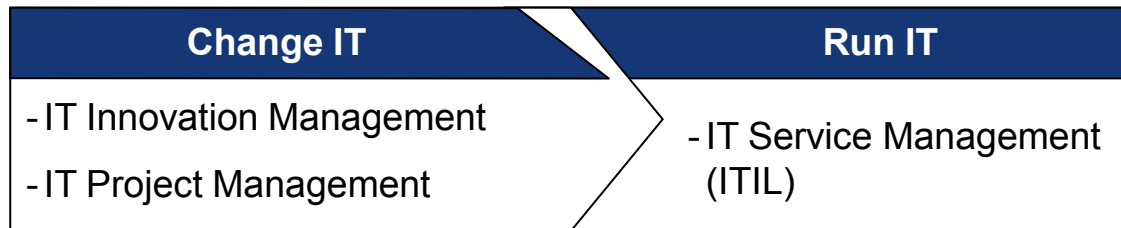
Prof. Dr. Lutz M. Kolbe

Veranstaltungen

Change & Run IT

- Lecture with a tutorial and the Apollo 13 simulation game

- Topics:



- 3-4 guest lectures from research and practice in the summer term
- One excursion to a computer center: How does industrialized IT look like?
- Apollo 13 simulation game:
 - Collecting experiences with the problems and possible solutions for IT Service Management
- Organization
 - Every summer and winter term
In the winter term the lecture is offered as a recording from the last summer term
 - Credits: written exam
 - Lecturer: Prof. Dr. Lutz Kolbe

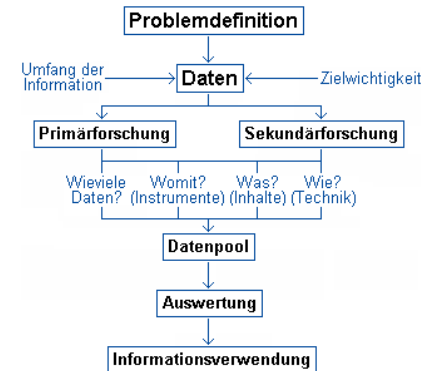


Gemeinsam angebotene Veranstaltungen

Vorlesung „Marktforschung I“

- Darstellung multivariater Analysemethoden

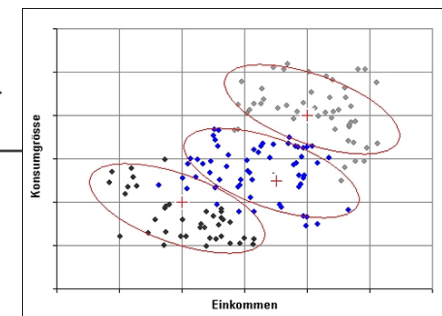
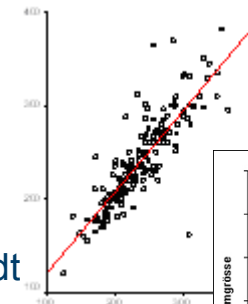
- Regressionsanalyse
- Varianzanalyse
- Diskriminanzanalyse
- Clusteranalyse



- Praktische Anwendung der Methoden mit SPSS in den Übungen

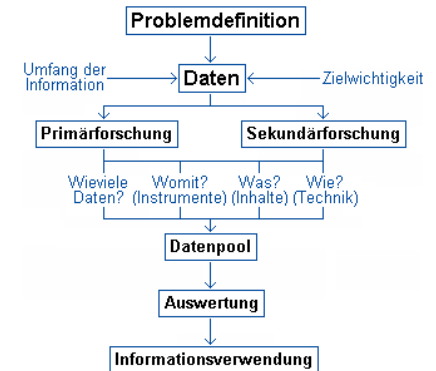
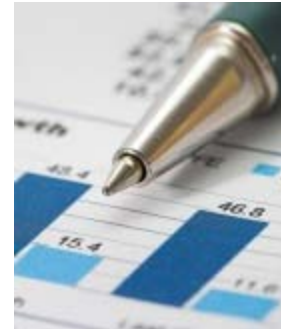
- Organisation

- Wöchentliche Vorlesung
- Klausur
- Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Dr. Maik Hammerschmidt
Prof. Dr. Waldemar Toporowski

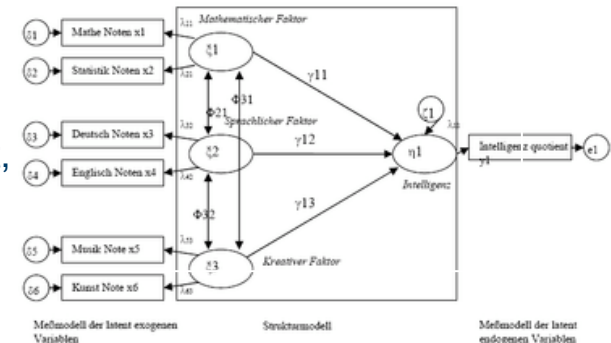


Vorlesung „Marktforschung II“

- Darstellung multivariater Analysemethoden
 - Faktorenanalyse
 - Strukturgleichungsmodelle
 - Conjoint-Analyse
 - Discrete Choice Modellierung



- Praktische Anwendung der Methoden mit SPSS in den Übungen
- Organisation
 - Wöchentliche Vorlesung
 - Klausur
 - Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Dr. Maik Hammerschmidt, Prof. Dr. Waldemar Toporowski

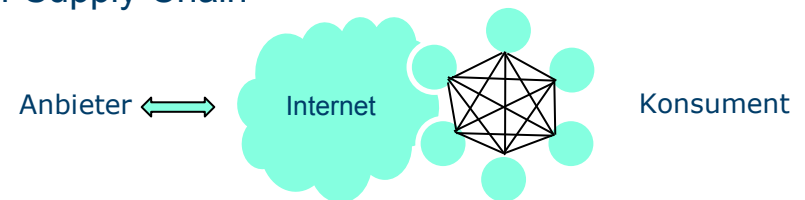


Synergiemodul

- Bearbeitung einer Problemstellung und Erstellung einer Hausarbeit in einer Gruppe
- Wechselndes Angebot von 2 unterschiedlichen Themenschwerpunkten:
 - Boztuğ/ Hammerschmidt „Serviceinnovationen im B2C-Kontext“
 - Schumann/ Toporowski „Informationssysteme in der Supply-Chain“

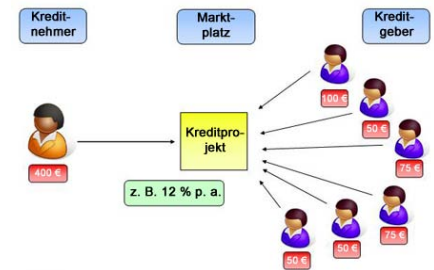
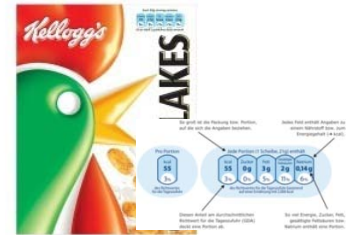
- **Organisation:**

- Arbeit in Kleingruppen
- Prüfungsleistung: Klausur, Hausarbeit, Präsentation; Veranstaltung Schumann/ Toporowski: Klausur, Hausarbeit, Fallstudien
- Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Dr. Maik Hammerschmidt, Prof. Dr. Waldemar Toporowski, Prof. Dr. Matthias Schumann



Projektstudium

- Durchführung von Projekten, die übergeordnete Problemstellungen behandeln
- Themen der letzten Semester:
 - „Healthy Living“:
Einfluss von Nährwertangaben auf Lebensmitteln auf die Konsumenten
 - Erweiterung des stationären Vertriebs um einen Online-Kanal – untersucht am Beispiel einer Universitätsbuchhandlung
 - Analyse des Zusammenhangs zwischen Markenstärke und Unternehmenswert
 - Methoden der Softwaredistribution bei mobilen Endgeräten
 - Entwicklung einer Simulationsplattform zum Peer-to-Peer-Banking
- Organisation:
 - Arbeit in Kleingruppen
 - Prüfungsleistung: Präsentation und Projektarbeit
 - Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Dr. Maik Hammerschmidt, Prof. Dr. Waldemar Toporowski, Prof. Dr. Matthias Schumann



Veranstaltungsangebot im SoSe 2011

Basismodule Marketing im SoSe 2011

Vorlesung Distributionsmanagement

- **Vorlesung:** Dienstags 14.15 – 15.45 Uhr, Theologicum T01
- **Veranstaltungsbeginn:** 12.04.2011
- **Zuständigkeit:** Prof. Dr. Waldemar Toporowski

Vorlesung Innovationsmanagement

- **Vorlesung:** Dienstags 10.15 – 11.45 Uhr, Oec 0.169
- **Veranstaltungsbeginn:** 19.04.2011
- **Zuständigkeit:** Dr. Maik Hammerschmidt

Quantitative Methoden im SoSe 2011

Vorlesung Marktforschung II

- **Vorlesung:** Mittwochs 14.15 - 15.45 Uhr, ZHG 003 (wöchentlich)
- **Übung:** Montags 12 - 14 oder 14 - 16 Uhr, MZG 7.153 (wöchentlich)
- **Veranstaltungsbeginn:** Vorlesung 20.04.2011, Übung 25.04.2011
- Durchführung der Übung: Dipl.-Kffr. Kristine Kipper
- Zuständigkeit: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Dr. Maik Hammerschmidt, Prof. Dr. Waldemar Toporowski

Basismodule Informatik im SoSe 2011

Vorlesung Integrierte Anwendungssysteme

- **Vorlesung:** Montags 16 – 18 Uhr, ZHG 103
- **Veranstaltungsbeginn:** 11.04.2011
- **Zuständigkeit:** Prof. Dr. Matthias Schumann

Vorlesung Change & Run IT

- **Vorlesung:** Dienstags 16.15 – 17.45 Uhr, ZHG 103
- **Veranstaltungsbeginn:** 14.04.2011
- **Zuständigkeit:** Prof. Dr. Lutz Kolbe

Synergiemodul im SoSe 2011

Thema: Serviceinnovationen im B2C-Kontext

- Erste Veranstaltung: **28.04.2011, 14.30 – 16.00 Uhr, VG 0.110**
- **Vorlesung:** Donnerstag 28.04 – 12.05.2011 (wöchentlich)
- Prüfungsleistungen: Hausarbeit, Präsentation, Klausur
- Zuständigkeit: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Dr. Maik Hammerschmidt

Wissenschaftliches Arbeiten im SoSe 2011

- Ab dem SoSe 2010 verpflichtende Veranstaltung für alle Masterstudenten, die an der Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung, der Professur für Marketing und Innovationsmanagement oder an der Professur für Handelsbetriebslehre ihre Abschlussarbeit schreiben möchten.
- **Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung:**
 - Zeitraum: Donnerstag 12.05.2011 und 19.05.2011, 16 – 18 Uhr, MZG 5.111
Donnerstag 26.05.2011 und 09.06.2011, 16 – 18 Uhr, Oec 1.134
 - Anmeldung bis zum 09.05.2011 persönlich oder per E-Mail bei Frau Hahne (Raum 1.220/ Oec; khahne2@uni-goettingen.de).
- **Professur für Handelsbetriebslehre:**
 - Zeitraum: ab 20.04.2011, Mittwochs 16-18 c.t. (wöchentlich)
 - Anmeldung bis zum 15.04.2011 per E-Mail bei Frau Wiese (awiese@uni-goettingen.de).

Vortragsreihen

Vorträge ausgewählter Praxispartner und Wissenschaftler in- und ausländischer Universitäten

- Wintersemester
Marketing und Distribution –
Lösungskonzepte aus der Praxis
- Sommersemester
Marketing und Distribution – Konzepte
und Ergebnisse aus der Wissenschaft



Wichtige Internetadressen

Schwerpunkt Marketing und Distributionsmanagement

<http://www.mdm.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

Ansprechpartner

Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung

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

Dipl.-Kffr. Alexandra Szczepanski
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.219)
37073 Göttingen
alexandra.szczepanski@wiwi.uni-goettingen.de

Professur für Anwendungssysteme und E-Business

Prof. Dr. Matthias Schumann
Platz der Göttinger Sieben 5 (Raum: MZG 5.121)
37073 Göttingen
mschuma1@uni-goettingen.de

Dipl.-Wi.Inf. Stefan Friedemann
Platz der Göttinger Sieben 5 (Raum: MZG 5.131)
37073 Göttingen
sfriede1@uni-goettingen.de

Professur für Marketing und Innovationsmanagement

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

Dipl.-Kfm. Welf Weiger
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.202)
37073 Göttingen
welf.weiger@wiwi.uni-goettingen.de

Professur für Handelsbetriebslehre

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

Anne Wiese, M. Sc.
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.237)
37073 Göttingen
awiese@uni-goettingen.de