

Seminarvorbereitung (Master)



Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover

Fakultät Wirtschaftswissenschaften > Theoria cum praxi > Mit Wissen Zukunft gestalten

Wichtige Termine für die Anmeldung

- 13.01.- 17.01.20 Internationales Management in Kooperation mit der Continental AG (379020)**
(Anmeldeformular)
- 27.01.- 31.01.20 Masterseminar 2 (378005)**
(Anmeldeformular)
- 13.01.- 13.03.20 Masterseminar 2 Teilbereich Gründung & Innovation (378005)**
(Anmeldung per Email: Karampournioti@m2.uni-hannover.de)

Zentrale Termine: Conti Seminar

▶ 13.01.-
17.01.20 Seminaranmeldung am Institut

28.01.20 Kick-off bei der Continental AG (Hauptverwaltung)

Februar-
April *Hausarbeit* - Beginn und Ende werden während der Auftaktveranstaltung bekannt gegeben

April-
Juni *Fallstudie* – Erarbeitung einer Case Study in Gruppenarbeit auf Basis einer aktuellen/konkreten Problematik aus dem Konzern



Gottfried Wilhelm Leibniz
Universität Hannover
Marketing & Management
Prof. Dr. K.-P. Wiedmann



Institut für Controlling
Prof. Dr. Jens Robert Schöndube

Formular zur Anmeldung Conti-Seminar



Anmeldeformular
„Seminar Internationales Management
in Kooperation mit der Continental AG“

Anmeldeinformationen auf der M2
Website (Downloadbereich)

Persönliche Daten:	
Name, Vorname:	_____
Straße/Ort:	_____
Telefon/E-Mail:	_____
Matrikelnummer:	_____ Fachsemester: ____ Studiengang: _____
Prüfungsordnung (PO):	_____

Wichtig! Bitte reichen Sie bei Anmeldung einen aktuellen Notenspiegel ein.

Zentrale Termine: Masterseminar 2

**27.01.-
31.01.20**

Seminaranmeldung am Institut

März

Seminarthemenzuordnung

April

Seminarvorbesprechung allgemein (verpflichtend)

Seminararbeitsbesprechung mit Betreuern (verpflichtend)

April

Beginn Bearbeitungszeit der Seminare

April

Seminararbeitsbesprechung mit Betreuern (nach Leistung)

April

Seminararbeitsbesprechung zentral (verpflichtend)

Mai

Beginn wöchentliche Seminartermine (voraussichtlich)

Mai

Abgabe Seminararbeiten

Themenblöcke Auswahloptionen:

- a) Internationales Marketing insbesondere Beziehungsmanagement im internationalen Kontext**
- b) E-Business, Social Media und Marketing Trends**
- c) B2B-Marketing und interorganisationales Management**
- d) Investitionsgütermarketing**

Aus diesen Blöcken können drei Themenkategorien als Präferenz gewählt werden. Die konkrete Kategorie- und Themenzuordnung erfolgt durch das Institut für Marketing & Management. Alle Einzelthemen werden Vertiefungsfelder des Hauptthemas des Seminars behandeln.

Eine Liste der einzelnen Themen aus jedem Block wird separat veröffentlicht.

Formular zur Anmeldung Masterseminar 2

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät



Anmeldung (nach PO 2018) zu einer

- Hausarbeit
 Seminarleistung

Eingangsstempel des Instituts

im Rahmen der Masterprüfung gemäß § 13 der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Wirtschaftswissenschaft vom 08. August 2018 einschließl. der jeweiligen Änderungen (PO).

Name, Vorname:	
Matrikel-Nr.:	
Area:	Strategic Management
Modul:	
Belegnummer:	
Winter-/Sommersemester:	Sommersemester 2020
Thema der Prüfungsleistung:	
Prüfer/in:	Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann

Ich erkläre hiermit, dass ich ordnungsgemäß gemäß § 12 PO zur Masterprüfung zugelassen und zum Zeitpunkt der Erbringung der Prüfungsleistung nicht beurlaubt bin.

Darüber hinaus nehme ich zur Kenntnis, dass

- gemäß § 15 Abs. 1 S. 1 PO der Rücktritt von der Anmeldung der Prüfungsleistung bis zum Beginn der Prüfung erfolgen kann. Gemäß § 15 Abs. 1 S. 3 PO gilt als Beginn der Prüfung die Ausgabe des Themas.
- gemäß § 15 Abs. 2 S. 1 PO bei Versäumnis eines festgesetzten Abgabetermins die betreffende Prüfungsleistung als mit „nicht ausreichend“ bewertet gilt.
- gemäß § 18 PO beim Versuch, das Ergebnis einer Prüfungsleistung durch Täuschung zu beeinflussen, die betreffende Leistung ebenfalls als mit „nicht ausreichend“ bewertet gilt.
- gemäß § 14 Abs. 1 S.1 PO eine bestandene Prüfungsleistung nicht wiederholt werden kann.
- gemäß § 6 Abs. 2 PO i.V.m. Anlage 2.1 PO eine Hausarbeit eine selbständig verfasste schriftliche Arbeit einer fachspezifischen oder fächerübergreifenden Aufgabenstellung ist. Eine Seminarleistung umfasst gemäß § 6 Abs. 2 PO i.V.m. Anlage 2.1 PO eine Hausarbeit sowie deren Vortrag mit anschließender Diskussion.
- gemäß § 4 Abs. 1 S. 2 PO i.V.m. Anlage 1.3 PO je nach gewählter Major-Area mindestens 5 bzw. 10 Leistungspunkte durch Seminarleistung(en) zu erwerben sind.

Mit der Übermittlung meiner Arbeit auch an externe Dienste zur Plagiatsprüfung durch Plagiatssoftware erkläre ich mich einverstanden nicht einverstanden.

Hannover, den _____

Unterschrift

Stand: Oktober 2018

Anmeldeinformationen auf der M2 Website (Downloadbereich)

Wichtig! Nur Themenblöcke, nicht spezifische Themen wählbar

Formular

Masterseminar 2: Teilbereich Gründung & Innovation

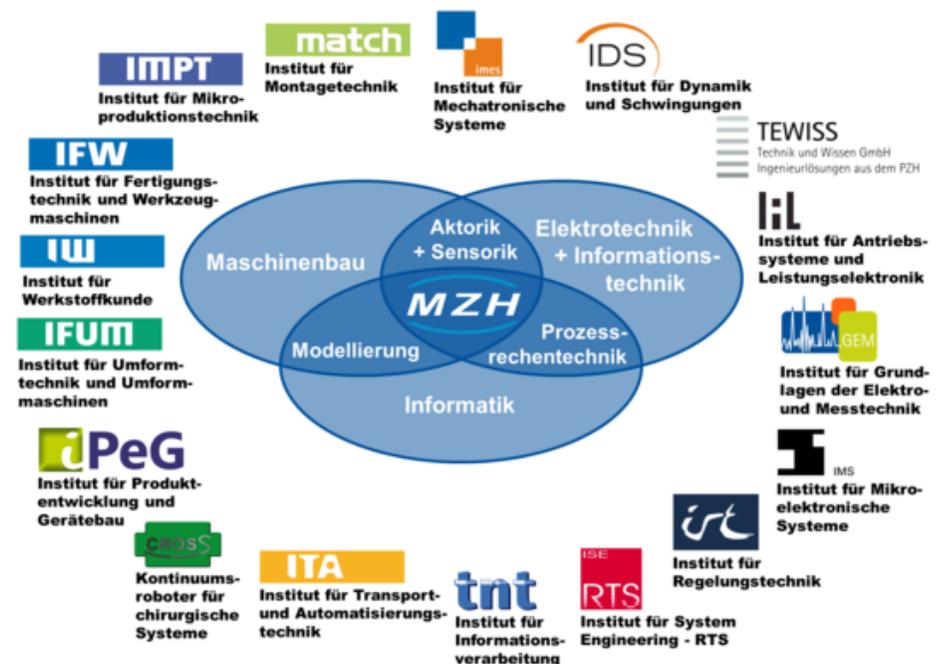
- Interdisziplinäres Seminar in Kooperation mit dem Mechatronik-Zentrum Hannover (MZH) + Partner
- Interdisziplinäre Teams (MZH und M2-Studierende)

Ziel: Entwicklung neuer Produkte/Lösungen und Analysieren der Marktpotenziale

Ansprechpartnerin bei M2:

Evmorfia Karampournioti

Rückfragen per Email gerne an:
karampournioti@m2.uni-hannover.de



Aufgaben der Studierenden des MZH

- Eine Idee wird von den Studierenden des MZH selbständig bis zum Funktionsmuster entwickelt
- Besuch der Vorlesung Gründungspraxis für Technologie Start-ups (wird gehalten von Tobias Quebe von Starting Business/Hannover Impuls)
 - Theoretische und praktische Vermittlung der Entstehungsphasen eines Start-Ups
- Dokumentation der Innovation, Beschreibung der Lösung



Aufgaben der M2-Studierenden

Erforderlich für die Anrechnung der Seminarleistung:

- **Optional:** Teilnahme an der Veranstaltung „Gründungspraxis für Technologie Start-ups“ **(keine Teilnahme an der Klausur!)**
- Mitwirken in den vorhandenen Gründerteams des MZH
- **Verfassen einer Seminararbeit:** Markt- und Wettbewerbsanalyse für das zu entwickelnde Produkt durchführen (**ca. 5-7 Seiten oder in Powerpoint, praxisorientiert**)
 - Inhalte können z.B. sein: SWOT-Analyse, Wettbewerbsanalyse, Marktpotenziale und Marktwachstum bestimmen, Preisbestimmung, Markenentwicklung, kleine Zielgruppen-Umfragen)
- **Seminarzeitraum:** Sommersemester (**bis 17.07.2020, mit Option auf Verlängerung bis Anfang WiSem 2020/21**), da Kooperation mit den Teams des MZH notwendig ist.

Vorteile des Seminars (optional, keine Pflichtbestandteile des Seminars):

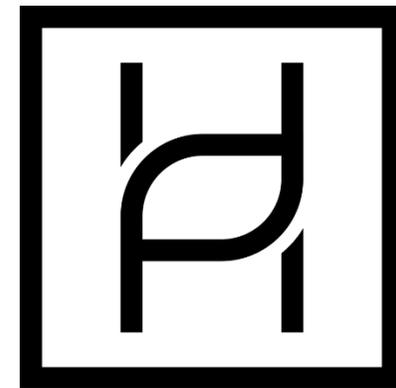
- Möglichkeit zur Einreichung eines gemeinsamen Antrags für ein EXIST-Gründerstipendium und Integration in das Gründungsteam (<https://www.exist.de/>)
 - Bei Genehmigung des EXIST-Stipendiums seid ihr 1 Jahr in Vollzeit als Gründer beschäftigt
 - Im Anschluss an das Stipendium könnt ihr mit den weiteren Gründern das Projekt/Unternehmen weiterführen (Verteilung der Anteile individuell, je nach Erfolg der Zusammenarbeit in den Teams)

Bisherige Start-ups

Modum
Shoes

blink.X

Motronix
Digital. Vernetzt. 3D.



Schwarz
Druck



Franqbox



Downloads: Wissenschaftliches Arbeiten



Leibniz
Universität
Hannover



MARKETING & MANAGEMENT
Institut Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann



Kontakt
Sitemap
Erweiterte Suche

English Institut für Marketing und Management Suchbegriff

Marketing und Management

- Institut
- Team
- Kompetenz Zentren
- Forschung
- Publikationen
- Lehre
- Wirtschaft / Praxis
- Service
 - Kontakt
 - M2 Blog
 - M2 Shop
 - M2 Newsletter
 - Anfahrt
 - BAföG
 - Downloads
 - Institutsbibliothek
 - Generation D
 - Stellenangebote
- Fakultät

Leibniz Universität Hannover

Service > Downloads

Das Institut stellt sich vor

- ▶ Das Fach „Marketing“
- ▶ Das Institut „Marketing und Management (M2)“
- ▶ Die Forschung bei M2

Seminare

- Allgemeine Anmeldung zum Seminar (Fakultät Pflicht – PO 20)
- Allgemeine Anmeldung zum Seminar (Fakultät Pflicht – PO 20)
- Verbindliche Seminaranmeldung als Prüfungsleistung (Institut)
- Formular Zustimmung Plagiatsprüfung
- Beispiel Seminararbeit
- Seminarthemen „Internationales Marketing, Investitionsgüter 2015 + Literaturhinweise
- Seminarthemen „Internationales Management in Kooperation 2015 + Literaturhinweise

Bachelorarbeiten

- ▶ Bewerbungsverfahren
- ▶ Anmeldung Bachelorarbeit
- ▶ Themenliste Bachelorarbeiten

Masterarbeiten

- ▶ Bewerbungsverfahren
- ▶ Anmeldung Masterarbeit

Die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten im Fach Marketing

- ▶ Leitfaden Wissenschaftliches Arbeiten
- ▶ Hinweise zur Gestaltung von Masterarbeiten
- ▶ Hinweise zur Gestaltung von Seminararbeiten
- ▶ Hinweise zur Gestaltung von Bachelorarbeiten
- ▶ Hinweise zur Gestaltung von PowerPoint Vorträgen
- ▶ Beispiel einer Seminararbeit
- ▶ Formular Zustimmung Plagiatsprüfung

Vor Semesterbeginn:

Anmeldeinformationen, Ablaufpläne, Termine, Anleitungen und Hinweise zum Verfassen von wissenschaftlicher Arbeiten

<http://www.marketing.uni-hannover.de/7051.html>

Nach Semesterbeginn:

StudIP