



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



Juniorprofessur für
Quantitatives Marketing
Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen

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. Jakob Große
jj.grosse@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



Prof. 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



Isabell Lenz, M. A.
Isabell.lenz@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



Tim Nierobisch, M. Sc.
tnierob@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. Christian Tornack
ctornac1@uni-goettingen.de



Janne Kleinhans, M. Sc.
jkleinh@uni-goettingen.de



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

Juniorprofessur für Quantitatives Marketing



Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
tdannew@uni-goettingen.de

Aufbau des Studiums

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

Wahlpflichtbereich Seminar (insgesamt 6 Credits)

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

Pflichtbereich Synergiemodul (insgesamt 6 Credits)

Pflichtbereich Quantitative Methoden (insgesamt 6 Credits)

- Marktforschung I, Marktforschung II

Pflichtbereich

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



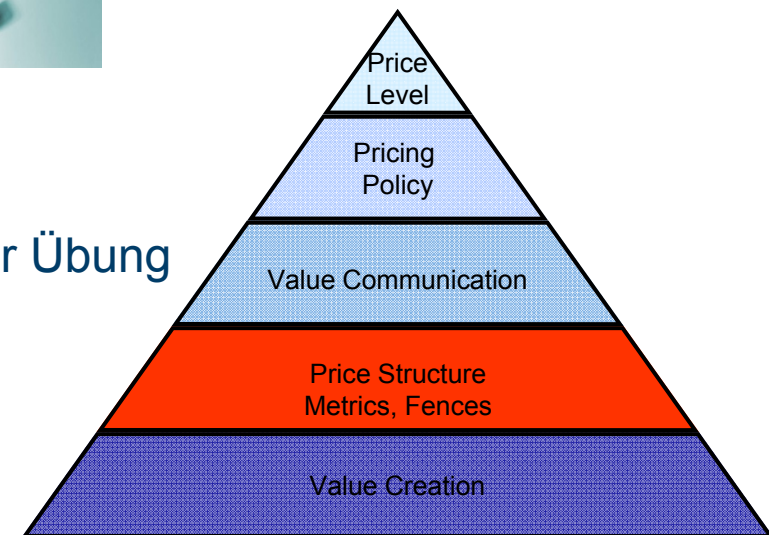
Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung

Prof. Dr. Yasemin Boztuğ

Veranstaltungen

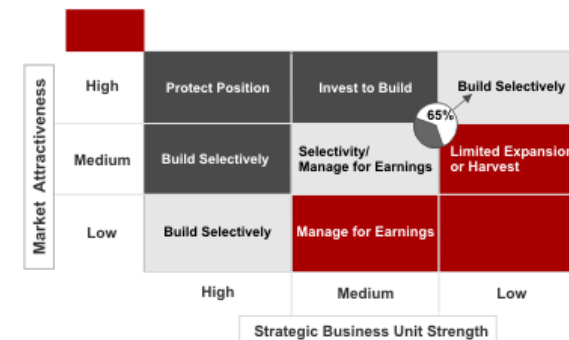
Vorlesung „Preispolitik“

- 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:

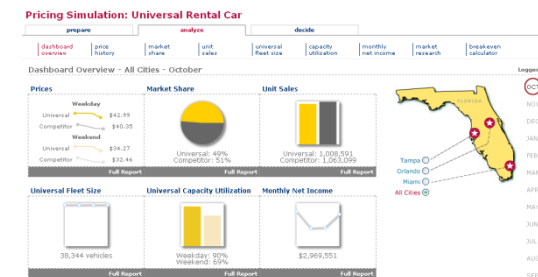
Simulation: Universal Rental Car – Pricing Simulation

- 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	Buffs 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.-Hdl. Johann Jakob Große, 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
 - Wöchentlich stattfindende Veranstaltung
 - Dozenten: Dipl.-Kffr. Jutta Schuch, Dipl.-Kffr. Alexandra Szczepanski





Professur für Marketing und Innovationsmanagement

Prof. Dr. Maik Hammerschmidt

Veranstaltungen

Vorlesung „Innovationsmanagement“

- Gegenstand und Aufgaben des Innovationsmanagements
- Marktanalyse, Produkt- und Innovationsstrategie
- Strategisches Technologiemanagement
- Management des Innovationsprozesses
 - Ideengewinnung und -konkretisierung
 - Konzeptdefinition
 - Konzeptbewertung und -selektion
 - Markteinführung neuer Produkte
- Aktuelle Ansätze des Innovationsmanagements

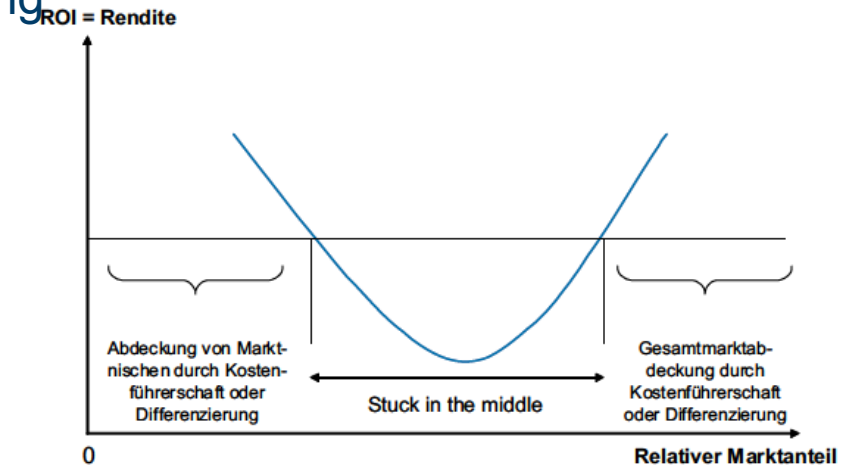
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Prof. Dr. Maik Hammerschmidt



Vorlesung „Strategisches Marketing“

- Unternehmenserfolg und Marktorientierung
 - Marktwandel
 - Erfolgsfaktorenforschung
 - Marktorientierung
- Strategieorientierung
 - Strategieorientierte Unternehmensführung
 - Ausgewählte Strategiekonzepte
 - Strategiedimensionen
- Wettbewerbsorientierung
 - Wettbewerbsanalyse
 - Wettbewerbsvorteilsmanagement
- Kundenorientierung und kundenorientierte Unternehmenskultur
- Marktorientierte Unternehmensorganisation

- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Prof. 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 Innovations- und Technologiemanagement 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**
 - Blockveranstaltung
 - Prüfungsleistungen: Seminararbeit, Präsentation
 - Dozenten: Prof. Dr. Maik Hammerschmidt, Dipl.-Kfm. Sebastian Klein, Isabell Lenz, M.A.



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



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

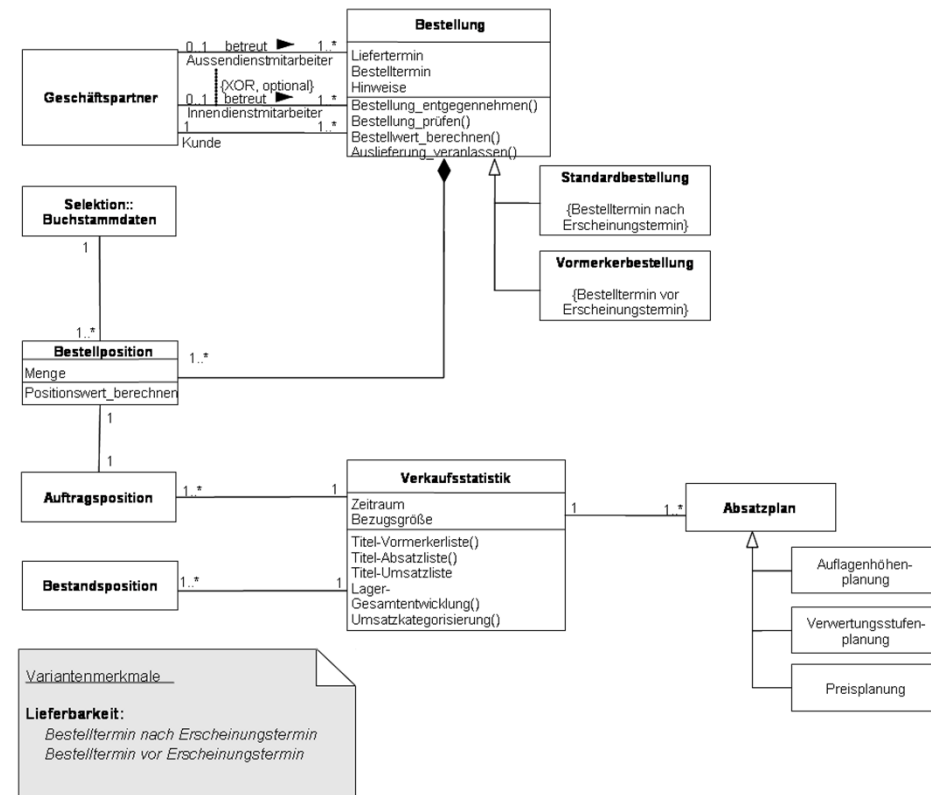
4.2 Qualitätsmanagement

4.3 Konfigurations- und Changemanagement

4.4 Aufwandschätzung

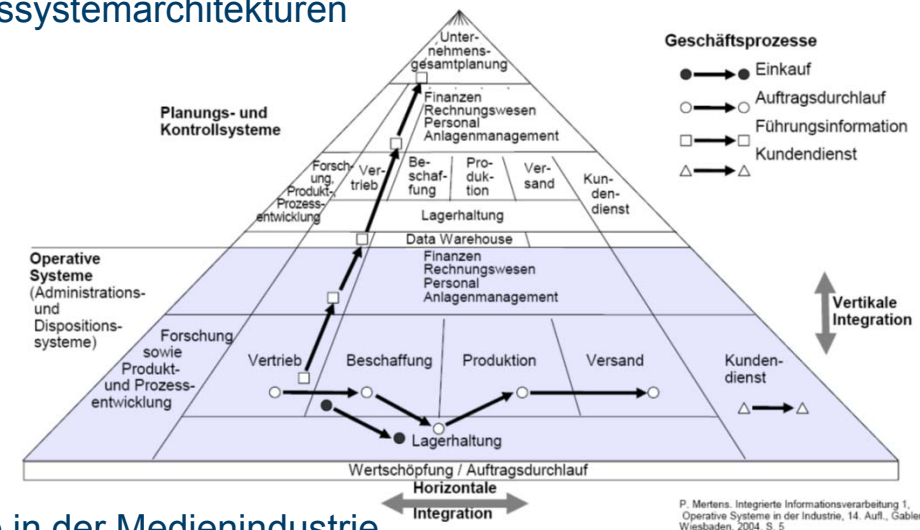
- **Organisation**

- 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 und Fallstudie
 - Dozent: Prof. Dr. Matthias Schumann





Professur für Informationsmanagement

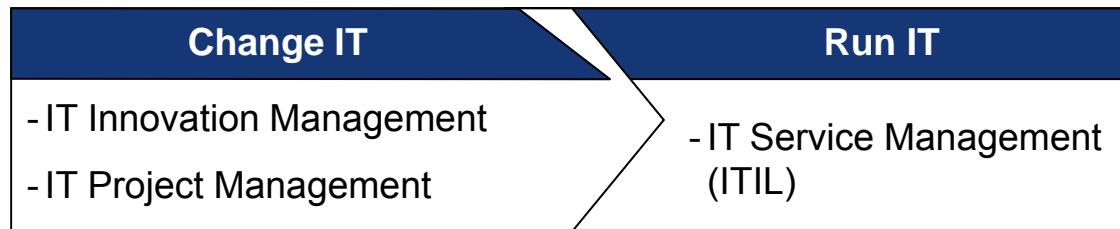
Prof. Dr. Lutz M. Kolbe

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

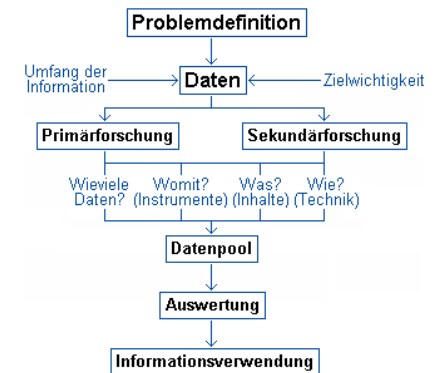




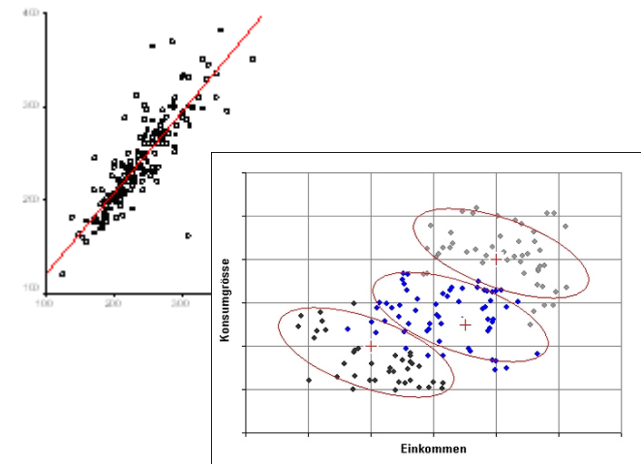
Gemeinsam angebotene Veranstaltungen

Vorlesung „Marktforschung I“

- Darstellung multivariater Analysemethoden
 - Regressionsanalyse
 - Varianzanalyse
 - Diskriminanzanalyse
 - Clusteranalyse

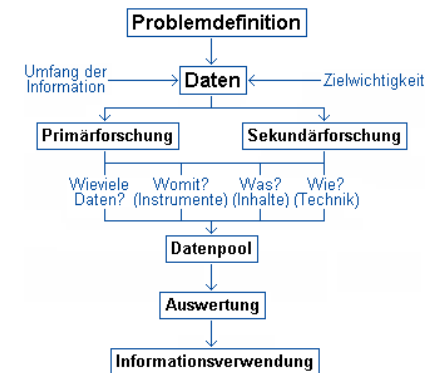


- Praktische Anwendung der Methoden mit SPSS in den Übungen
- Organisation
 - Wöchentliche Vorlesung
 - Klausur
 - Dozenten:
Prof. Dr. Yasemin Boztuğ,
Prof. Dr. Maik Hammerschmidt,
Prof. Dr. Waldemar Toporowski



Vorlesung „Marktforschung II“

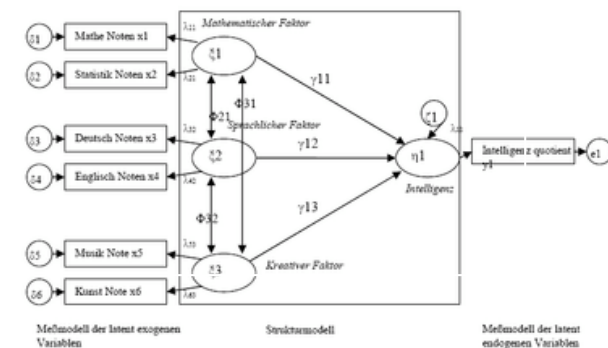
- Darstellung multivariater Analysemethoden
 - Faktorenanalyse
 - Strukturgleichungsmodelle
 - Conjoint-Analyse
 - Discrete Choice Modellierung



- Praktische Anwendung der Methoden mit SPSS in den Übungen

Organisation

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



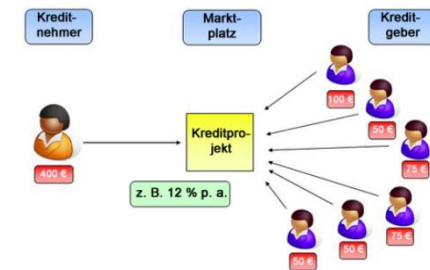
Synergiemodul

- 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, Hausarbeiten
 - Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Prof. 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
 - Auswirkungen aktiver Kommunikation von Kundenpriorisierung
 - Methoden der Softwaredistribution bei mobilen Endgeräten
 - Entwicklung einer Simulationsplattform zum Peer-to-Peer-Banking
- Organisation:
 - Arbeit in Kleingruppen
 - Prüfungsleistung: Präsentation; Hausarbeiten
 - Dozenten: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ, Prof. Dr. Maik Hammerschmidt, Prof. Dr. Waldemar Toporowski, Prof. Dr. Matthias Schumann





Veranstaltungsangebot im WiSe 11/12



Basismodule Marketing im WiSe 11/12

Vorlesung und Übung Marketing Engineering

Zeit und Ort:

Vorlesung: Donnerstags, 12.15 bis 13.45 Uhr, ZHG 002

Übung: Dienstags, 12.15 bis 13.45 Uhr, ZHG 003

Zuständigkeit:

Prof. Dr. Boztuğ, Dipl.-Kfm. Ossama Elshiewy



Quantitative Methoden im WiSe 11/12

Vorlesung Marktforschung I

Zeit und Ort:

Vorlesung: Mittwochs, 14.15 bis 15.45 Uhr, ZHG 003

Übung: Montags, 12.15 bis 13.45 Uhr oder 14 bis 16 Uhr, MZG 7.153

Zuständigkeit:

Prof. Dr. Boztuğ, Prof. Dr. Hammerschmidt, Prof. Dr. Toporowski, Dipl.-
Kffr. Kristine Knipper

Basismodule Informatik im WiSe 11/12

Vorlesung Modellierung und Systementwicklung

Zeit und Ort:

Vorlesung: Dienstags, 10.15 bis 11.45 Uhr, ZHG 103

Zuständigkeit:

Prof. Dr. Schumann, Dipl.-Wi.Inf Stefan Friedemann

Vorlesung Change & Run IT

Zeit und Ort:

Vorlesung: Donnerstags, 16.00 bis 18.00Uhr, ZHG 103

Übung: Mittwochs, 14.00 bis 16.00 Uhr, ZHG 004

Zuständigkeit:

Prof. Dr. Lutz Kolbe

Synergiemodul im WiSe 11/12

Informationssysteme in der Supply Chain

Zeit und Ort:

Vorlesung: Dienstags, 14.15 bis 15.45 Uhr, VG 3.108

Zuständigkeit:

Professuren: Handel & Wirtschaftsinformatik
(Prof. Dr. Toporowski und Prof. Dr. Schumann)

Beginn: 25.10.2011

Achtung! Abweichender Termin am 25.11.2011 (zwei Veranstaltungen):

12:15 – 13:45 Uhr, CIP-Pool (MZG 6.111)

und

14.15 – 15.45 Uhr, ZHG 105

Prüfungsleistung: Klausur, Hausarbeit und Fallstudie (6 KP)



Wahlbereich im WiSe 11/12

Vorlesung Strategisches Marketing

Zeit und Ort:

Vorlesung: Donnerstags, 14.15 bis 15.45 Uhr, ZHG 001

Zuständigkeit:

Prof. Dr. Hammerschmidt, Dipl.-Kfm. Sebastian Klein



Wissenschaftliches Arbeiten im WiSe10/11

Zeit und Ort:

Dienstags, 16.15 bis 17.45 Uhr, MZG 6.111

Beginn: 01.11.2011

Anmeldung:

Anmeldung bis zum 26.10.2011 persönlich oder per E-Mail bei
Frau Hahne (Raum 1.220/ Oec; khahne2@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

The collage consists of several overlapping posters for the 'Marketing und Distribution' lecture series. The most prominent poster is for the Wintersemester 2010/2011, held at the Zentrales Hörsaalgebäude (ZHG) in Göttingen. It lists the following speakers and topics:

- Monday, 1. November 2010 (14:15 Uhr, Hörsaal 006):** Dr. Till Dammewald, Senior Consultant 2010 & Associate GmbH, 'State of the Art-Verfahren der Marktforschung und ihr Einsatz in der Marketing-Praxis'.
- Monday, 22. November 2010 (14:15 Uhr, Hörsaal 006):** Dr. Tobias Krüger, CEO & Chairman DDB Group Germany GmbH, 'Herausforderung Markenkommunikation der Zukunft'.
- Monday, 6. Dezember 2010 (14:15 Uhr, Hörsaal 006):** Franz Speer, Corporate Director International Sales Lindt Hershey AG & Co. KG, 'Die Shopper - das unbekannteste Wesen - Neueste Erkenntnisse und Erkenntnisse zur Erforschung des Einkaufsverhaltens'.
- Thursday, 16. Dezember 2010 (14:15 Uhr, Hörsaal 001):** Wolfgang Gutherlet, Abteilungsleiter, Geschäftsbereich A & Co., 'Lernspekter für Kunden und Händler'.
- Monday, 24. Januar 2011 (14:15 Uhr, Hörsaal 006):** Tilo Scharf, Geschäftsbereich der Leib-Regionale Service Bank Kassel, 'Lidl - Quo Vadis?'.

Other posters in the background include:

- Monday, 30. November 2009 (16:15 Uhr, Hörsaal 006):** Dr. Raimund Wildner, 'Wie führt man ein Unternehmen? Entwicklung eines neuen Marketingkonzepts'.
- Thursday, 10. Dezember 2009 (14:15 Uhr, Hörsaal 001):** Dr. Christian Dach, 'Green Logistics System (GLS) - Anwendung 'Die Think Green Initiative bei CAS''.
- Thursday, 17. Dezember 2009 (12:15 Uhr, Hörsaal 006):** Arne Kayser, 'Geschäftsführer Geschäftsbereich Logistik, Pflanzengüter GmbH & Co. KG, 'Position und Funktion des Großhändlers im Umfeld zwischen Papier- und Druckindustrie''.
- Friday, 29. Januar 2010 (11:15 Uhr, Hörsaal 001):** Heinz Pfeiffer, 'Bemerkungen zum Unternehmenswert Klug MFG Group, Düsseldorf 'Die METRO Group im globalen Wettbewerb''.
- Monday, 17. Mai 2010 (14:15 Uhr, Hörsaal ZHG 004):** Prof. Dr. Lutz Hildebrandt, 'Lehrstuhl für BWL, insbesondere Marketing und Handel (Ost-Westfälische Hochschule) WFO - Otto Beisheim School of Management 'Preismanagement für Luxusmarken''.
- Friday, 15. Juni 2010 (12:15 Uhr, Hörsaal ZHG 004):** Prof. Dr. Kalyan Ramani, 'Integrated Marketing Communications Department, Modül School of Journalism 'Research Allocation Issues in Marketing''.
- Thursday, 24. Juni 2010 (14:15 Uhr, Hörsaal ZHG 007):** Prof. Dr. Hartwig Stiefelkagen, 'Lehrstuhl für Unternehmenspolitik und Marketing, RWTH Aachen 'Zur Leistungsorientierung und Effizienz von Hersteller-Konditionensystemen''.

Marketing und Distribution – Lösungskonzepte aus der Praxis WiSe 11/12



Dr. Rüdiger Hartung, Geschäftsführer Performance Media Deutschland GmbH

Datum: 05.12.2011, 14.15 Uhr im ZHG 005

Thema: „Werbeeffizienzoptimierung in digitalen Kanälen“



Dr. Christian Locher, Leiter operatives Reporting Allianz Bank, Allianz Deutschland AG

Datum: 12.12.2011, 14.15 Uhr im ZHG 005

Thema: „Messung und Steuerung von CRM-Aktivitäten im Multikanal-Vertrieb“



Ivona Stojcic, Director eChannel Marketing, SAP AG

Datum: 09.01.2012, 14.15 Uhr im ZHG 005

Thema: „SAP Experience: Visionen, Strategien und Herausforderungen des eChannel Marketings im B2B-Kontext“



Spyridon Spyridonu, Teamleiter Markenmanagement D/A/CH,

Continental Reifen Deutschland GmbH

Datum: 19.01.2012, 12.15 Uhr im ZHG 002

Thema: „Markenführung und Produkteinführung bei Continental am Beispiel des ContiForceTeam“



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.de

Ansprechpartner

Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung

Prof. Dr. Yasemin Boztuğ
Platz der Göttinger Sieben 3 (Raum: OEC 1.221)
37073 Göttingen
Boztug@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 5.150)
37073 Göttingen
mschuma1@uni-goettingen.de

Dipl.-Wi.Inf. Stefan Friedemann
Platz der Göttinger Sieben 5 (Raum: MZG 5.121)
37073 Göttingen
sfriede1@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

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