



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



Juniorprofessur für
Quantitatives Marketing
Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.qm.uni-goettingen.de



Professur für
Handelsbetriebslehre
Prof. Dr. Waldemar Toporowski
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
www.handel.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, 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

Juniorprofessur für Quantitatives Marketing



Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
t.dannewald@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

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)
- Wirtschaftsinformatik: 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			3. Semester 30 Credits
Masterarbeit 30 Credits			4. Semester 30 Credits

Veranstaltungsübersicht



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



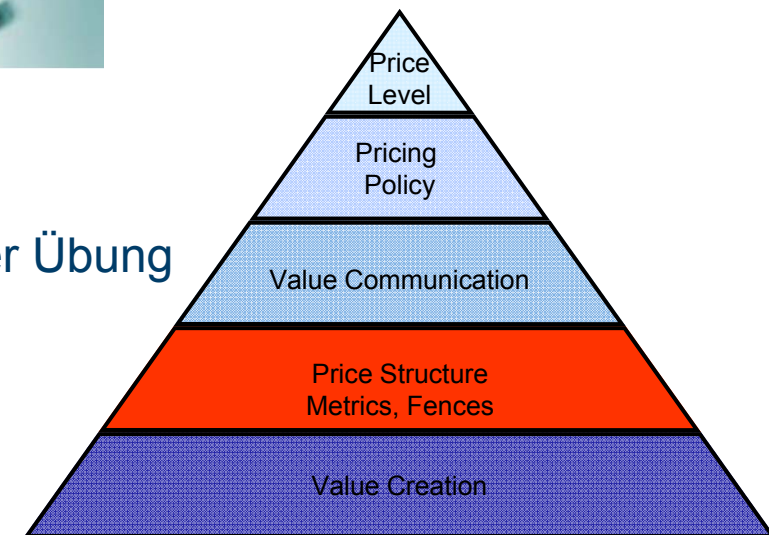
Professur für Marketing, insb. Konsumentenforschung

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 und Übung
 - 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
- Praktische Anwendung der Methoden in einer Übung
- Organisation
 - Wöchentlich stattfindende Vorlesung und Übung
 - Prüfungsleistung: Klausur
 - Dozent: Prof. Dr. Yasemin Boztuğ,
Dipl.-Kfm. Ossama Elshiewy



Seminar „Marketing“

- Untersuchung interessanter Fragestellungen des Marketing
- Aktuelles Beispiel:

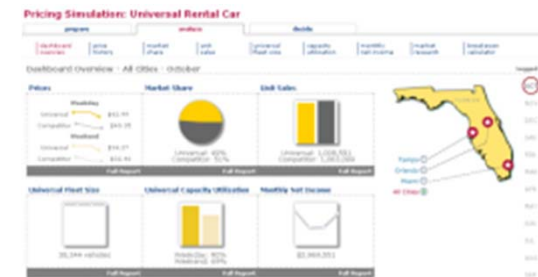
Simulation: Universal Rental Car – Pricing Simulation

- 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





Juniorprofessur für Quantitatives Marketing

Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald

Veranstaltungen

Quantitative Marketing and Economics

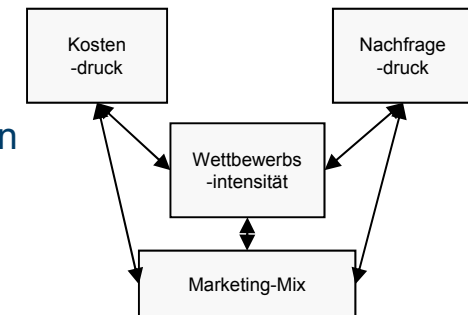
- Zielsetzung

- Vermittlung von Werkzeugen zur Bewertung, Prognose und Simulation von Marktgeschehnissen
- Inhalte der Veranstaltung:
 - Analyse von strategischen Angebots- und Nachfragebeziehungen
 - Aufdeckung von Wettbewerbsinteraktionen
 - Bereitstellen einer Toolbox zur Quantifizierung von Marktmustern und -mechanismen



- Organisation

- Integrierte Veranstaltung: Vorlesung (Part 1) & Gruppenarbeit (Part 2)
- Arbeit in Kleingruppen (Part 2): Vorstellung von ausgewählten Inhalten in einem Team von 3-4 Personen
- Teilnehmerzahl: 20 bis max. 30
- Prüfungsleistung: Gruppenpräsentation und Diskussion
- Zielgruppe: Masterstudenten und Doktoranden
- Wöchentlich stattfindende Veranstaltung
- Dozent: Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald





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

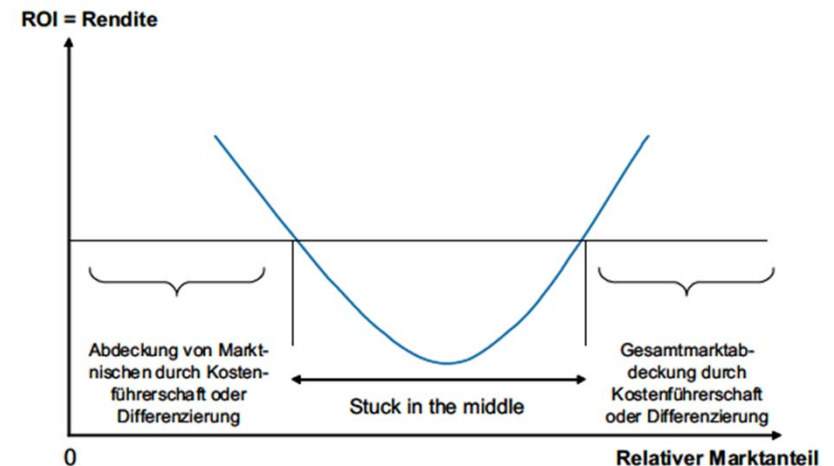
- Wettbewerbsanalyse
- Wettbewerbsvorteilsmanagement

- Kundenorientierung

- Marktorientierte Unternehmensorganisation und Unternehmenskultur

- 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

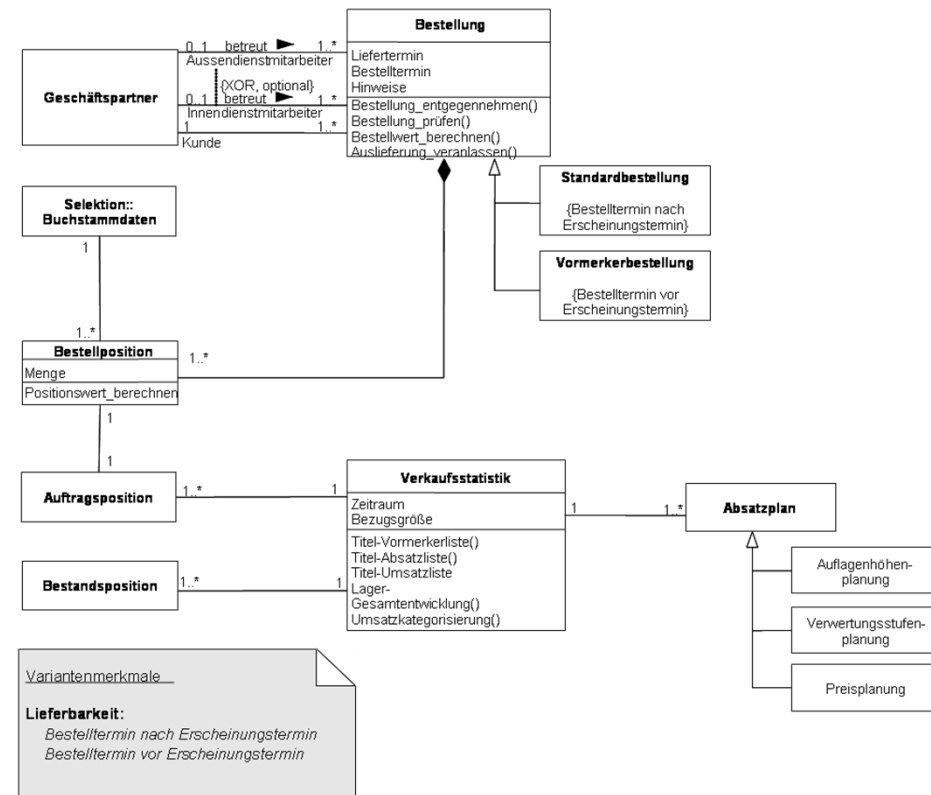
4.2 Qualitätsmanagement

4.3 Konfigurations- und Changemanagement

4.4 Aufwandschätzung

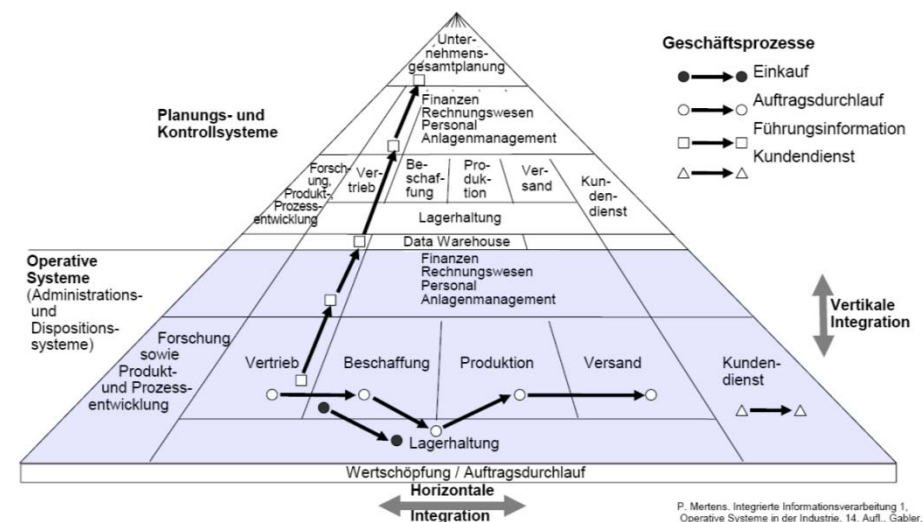
• Organisation

- Wöchentlich stattfindende Veranstaltung
- Prüfungsleistung: Klausur (semesterbegleitende Vorleistung: Fallstudie und Hausarbeit)
- 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 (semesterbegleitende Vorleistung: 4 Fallstudien)
 - 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:

Change IT	Run IT
- IT Project Management	- IT Service Management (ITIL V3)

- 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

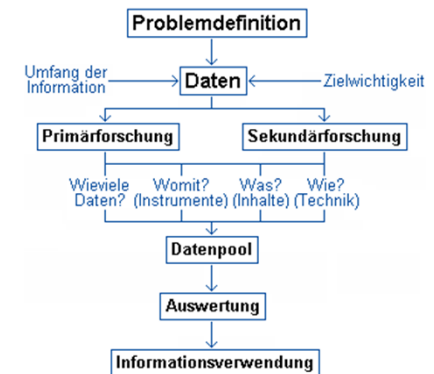




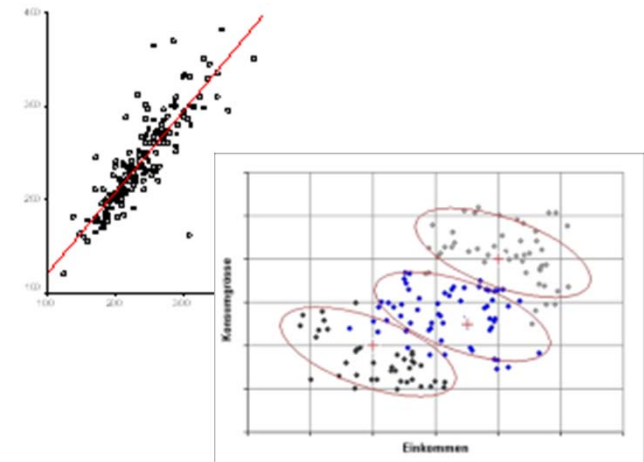
Gemeinsam angebotene Veranstaltungen

Vorlesung „Marktforschung I“

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

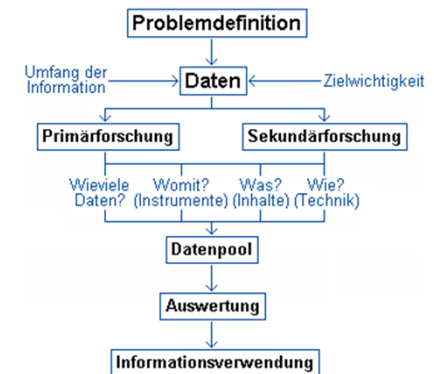


- Praktische Anwendung der Methoden mit SPSS in den Übungen
- Organisation
 - Wöchentliche Vorlesung
 - Klausur
 - Dozenten:
Prof. Dr. Yasemin Boztuğ,
Prof. Dr. Maik Hammerschmidt,
Prof. Dr. Waldemar Toporowski



Vorlesung „Marktforschung II“

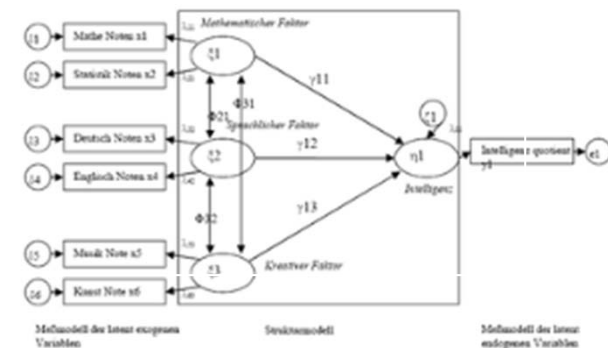
- Darstellung multivariater Analysemethoden
 - Faktorenanalyse
 - Strukturgleichungsmodelle
 - Conjoint-Analyse
 - Discrete Choice Modellierung



- 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



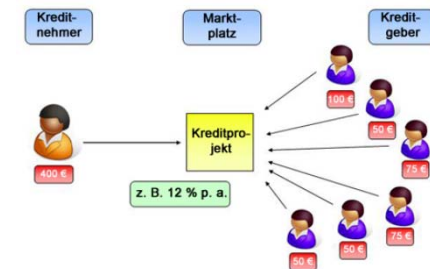
Synergiemodul

- 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, Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald, Prof. Dr. Maik Hammerschmidt, Prof. Dr. Waldemar Toporowski, Prof. Dr. Matthias Schumann



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



Wintersemester 2010/2011
Öffentliche Vortragsreihe
Wintersemester 2010/2011
Zentrales Hörsaalgebäude (ZHG)
Platz der Göttinger Sieben 5

Sommersemester 2010
Öffentliche Vortragsreihe
Sommersemester 2010
Zentrales Hörsaalgebäude (ZHG)
Platz der Göttinger Sieben 5

Wintersemester 2011
Öffentliche Vortragsreihe
Wintersemester 2011
Zentrales Hörsaalgebäude (ZHG)
Platz der Göttinger Sieben 5

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

GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN



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

Juniorprofessur für Quantitatives Marketing

Jun.-Prof. Dr. Till Dannewald
Platz der Göttinger Sieben 3
37073 Göttingen
till.dannewald@wiwi.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 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 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