

Ausschreibung der Abschlussarbeiten am Lehrstuhl für Internationales Management

Stand 01. Juli 2014

Bewerbung möglich bis 15. Juli 2014, 9 Uhr

Thema 1

Das Geschäftsmodell in der betriebswirtschaftlichen Forschung – Eine Bestandsaufnahme

Das Geschäftsmodell (engl. *Business Model*) eines Unternehmens liegt sämtlichen strategischen Entscheidungen auf Unternehmensebene zugrunde. Es definiert u.a. die Kernstrategie und das Wertversprechen eines Unternehmens, seine strategischen Ressourcen, die Gestaltung des Kundenkontaktes sowie die Wertschöpfung. Eine ausführliche und klare Ausarbeitung des Geschäftsmodells wird häufig als Voraussetzung für den späteren Markt- und Innovationserfolg eines Unternehmens gesehen.

In Ihrer Abschlussarbeit arbeiten Sie den aktuellen Stand der Literatur zum Geschäftsmodell-Konzept heraus und liefern einen strukturierten und verdichteten Überblick zu in der Forschung diskutierten Themenfeldern. Im Einzelnen analysieren sie die zentralen Bestandteile eines Geschäftsmodells sowie unterschiedliche Arten bzw. Typen von Geschäftsmodellen und beschäftigen sich mit der Frage, welche Determinanten den Erfolg eines Geschäftsmodells beeinflussen bzw. welche Bedeutung das Geschäftsmodell für den Erfolg des Unternehmens hat. In Ihrer Analyse beziehen Sie sich dabei auf (empirische) Artikel aus hoch gerankten Fachzeitschriften (A+, A oder B).

Zum Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte die Beiträge von

- Teece, D.J., 2010. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning* 43, pp. 172-194.
- Zott, C., Amit, R. and Massa, L., 2011. The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management* 37(4), pp. 1019-1042.

Einen Einblick in die Methodik und die Vorgehensweise beim Abfassen einer Literaturanalyse erhalten Sie durch den Beitrag von

- Provan, K., Fish, A. and Sydow, J., 2007. Interorganizational Networks at the Network Level: A Review of the Empirical Literature on Whole Networks. *Journal of Management*, 33(3), pp. 479-516.

Thema 2

Schlechte Führung und schlechte Erziehung – Gemeinsamkeiten und Unterschiede beider Forschungsströme

Während positives Führungsverhalten bereits intensiv untersucht und analysiert wurde, wurden die negativen Aspekte von Führung bisher vernachlässigt. Insbesondere Abusive Supervision mindert die Performance der MitarbeiterInnen und kann so einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens haben. In den letzten Jahren wurden daher zahlreiche Studien durchgeführt, um dieses Phänomen zu untersuchen. Abusive Supervision kann laut Tepper (2000) aus zwei unterschiedlichen Motivationen erfolgen: einerseits, um die Performance zu steigern, andererseits, um willentlich zu verletzen. Bisher konzentrierte sich die Forschung auf Führungskräfte, welche ihren MitarbeiterInnen absichtlich Schaden zufügen wollen.

Unabhängig von der Forschung zu Abusive Supervision wurden ähnliche Phänomene bereits in der Psychologie, insbesondere im Bereich der Erziehung, untersucht. Harsche Erziehungsmethoden und Disziplinarmaßnahmen können die Entwicklung von Kindern negativ beeinflussen und zu Problemen in der Schule führen (Nix et al. 1999, Patterson 1997).

Ziel Ihrer Arbeit ist es, theoretische Konstrukte zu negativen Formen der Erziehung zu identifizieren und der Theorie zu Abusive Supervision gegenüberzustellen. Hierbei konzentrieren Sie sich auf die Voraussetzungen und Ursachen negativer Führung und Erziehung.

- Tepper, B. J., 2000. Consequences of abusive supervision. *Academy of Management Journal*, 43 (2), pp. 178-190.
- Krasikova, D. V., Green, S. G., LeBreton, J. M., 2013. Destructive Leadership: A theoretical review, integration, and future research agenda. *Journal of Management*, 39 (5), pp. 1308-1338.
- Snyder, J., Cramer, A., Afrank, J., Patterson, G. R., 2005. The Contributions of Ineffective Discipline and Parental Hostile Attributions of Child Misbehavior to the Development of Conduct Problems at Home and School. *Developmental Psychology*, 41 (1), 30-41.
- Bernstein, R. E., Laurent H. K., Measelle, J. R., Hailey, B. C., Ablow, J. C., 2013. Little Tyrants or Just Plain Tired: Evaluating Attributions for Caregiving Outcomes Across the Transition to Parenthood. *Journal of Family Psychology*, 27 (6), pp. 851-861.

Thema 3

Führung und Persönlichkeit

Seit Beginn des 20. Jahrhunderts beschäftigen sich Leadership Forscher mit den Charaktereigenschaften von Führungskräften. Der sogenannte „Trait Approach“ geht davon aus, dass Leadership von persönlichen Qualitäten und Eigenschaften der Führungskraft abhängig ist. Die Ergebnisse empirischer Studien in diesem Bereich waren jedoch inkonsistent. Dies veranlasste Stodgill (1948) dazu, die Trait Theorie zu revidieren: „The findings suggest that leadership is not a matter of passive status or of the mere possession of some combination of traits“. Seitdem wurde die Trait Theorie eher skeptisch betrachtet und Führungsverhalten situationsbedingt analysiert. In den letzten Jahren entwickelte sich allerdings erneutes Interesse am Zusammenhang zwischen Führung und Persönlichkeit.

In Ihrer Arbeit geben Sie einen Überblick über die Entwicklung der Trait Theorie und gehen auf ihre Chancen und Limitationen ein. Anschließend analysieren Sie den aktuellen Stand der Forschung basie-

rend auf Ihren bisherigen Ergebnissen. Hier gehen Sie insbesondere darauf ein, wie mit den Limitationen der Trait Theorie umgegangen wird.

- Judge, T. A., Ilies, R., Bono, J. E., Gerhardt, M. W., 2002. Personality and Leadership: A Qualitative and Quantitative Review. *Journal of Applied Psychology*, 87 (4), pp. 765-780.
- Rubin, R. S., Munz, D. C., Bommer, W. H., 2005. Leading from within: The Effects of Emotion Recognition and Personality on Transformational Leadership Behavior. *Academy of Management Journal*, 48 (5), pp. 845-858.
- Bono, J. E., Judge, T. A., 2004. Personality and Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 89 (5), pp. 901-910.

Thema 4

Opportunitätskosten und die Allokation von Zeit – eine wissenschaftliche Analyse

Das Konzept der Opportunitätskosten wird in unterschiedlichen wirtschaftswissenschaftlichen Teildisziplinen verwendet und dient dazu, Individuen und Organisationen bei der Entscheidungsfindung zu unterstützen. Auch in unseren alltäglichen Entscheidungen wenden wir häufig – bewusst oder unbewusst – das Konzept der Opportunitätskosten als Entscheidungsheuristik an, bspw. wenn es darum geht, unseren Tagesablauf beruflich oder privat aus mehreren alternativen Möglichkeiten heraus zu planen.

In Ihrer Abschlussarbeit erarbeiten Sie einen strukturierten Überblick über bereits bestehende Forschungsarbeiten zum Thema Opportunitätskosten sowie ihren Einfluss auf die Allokation von Zeit. Dazu erläutern Sie zunächst allgemein das Konzept der Opportunitätskosten, gehen auf die unterschiedlichen Arten von Opportunitätskosten ein und geben einen Überblick über mögliche Anwendungsgebiete des Konzeptes. Anschließend legen Sie die möglichen Auswirkungen von Opportunitätskosten auf die Allokation von Zeit von privaten Individuen bzw. Individuen innerhalb einer Organisation dar. Sie schließen Ihre Arbeit mit einer Zusammenfassung sowie einem Ausblick auf bestehende Forschungslücken ab.

Ziel der Arbeit ist es, einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zum genannten Thema zu erarbeiten.

Zum Einstieg in die Thematik lesen Sie bitten die Beiträge von

- Spiller, S. A., 2011. Opportunity Cost Consideration. *Journal of Consumer Research*, 38(4), pp. 595-610.
- Northcraft, G.B. and Neale, M. A., 1986. Opportunity Cost and the Framing of Resource Allocation Decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37, pp. 348-356.

Einen Einblick in die Vorgehensweise beim Abfassen einer Literatur Review erhalten Sie durch den Beitrag von

- Provan, K., Fish, A. and Sydow, J., 2007. Interorganizational networks at the network level: a review of the empirical literature on whole networks. *Journal of Management*, 33(3), pp. 479-516.

Thema 5

Wahrgenommene Preisfairness und ihr Einfluss auf Kaufentscheidungen – eine wissenschaftliche Analyse

Der Preis von Gütern und Dienstleistungen spielt im Kaufentscheidungsprozess potentieller Kunden eine große Rolle. Aktuelle Studien aus dem Bereich der Preisforschung weisen darauf hin, dass Konsumenten die Preise von Produkten und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Preisfairness beurteilen, bevor sie einen Kauf in Betracht ziehen.

In Ihrer Abschlussarbeit analysieren Sie die Beiträge in aktuellen A+ und A-Fachzeitschriften dahingehend, welchen Einfluss die wahrgenommene Preisfairness auf die Kaufentscheidung von Individuen hat. Dazu ordnen Sie zunächst das Konzept der Preisfairness in den Kontext der Preisforschung ein und erläutern den zugrundeliegenden Mechanismus. Anschließend gehen Sie darauf ein, inwiefern sich Preise, die von potentiellen Kunden als fair wahrgenommen werden, auf deren Kaufentscheidungen auswirken (können). Im Rahmen Ihrer Analyse gehen Sie auch darauf ein, welche Faktoren die wahrgenommene Preisfairness beeinflussen können und welche Möglichkeiten Unternehmen offenstehen, um ihre Preise gegenüber potentiellen Kunden als fair darzustellen.

Ziel der Arbeit ist es, einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zum genannten Thema zu erarbeiten.

Zum Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte den Beitrag von

- Bolton, L. E., Warlop, L. and Alba, J. W., 2003. Consumer Perceptions of Price (Un)Fairness. *Journal of Consumer Research*, 29(4), pp. 474-491.
- Xia, L., Monroe, K. B. and Cox, J. L., 2004. The Price Is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions. *Journal of Marketing*, 68(4), pp. 1-15.

Einen Einblick in die Vorgehensweise beim Abfassen einer Literatur Review erhalten Sie durch den Beitrag von

- Provan, K., Fish, A. and Sydow, J., 2007. Interorganizational networks at the network level: a review of the empirical literature on whole networks. *Journal of Management*, 33(3), pp. 479-516.

Thema 6

Social Cognitive Career Theory – eine wissenschaftliche Analyse

In der einschlägigen Literatur werden verschiedene Berufswahltheorien unterschieden. Dabei stellt die Social Cognitive Career Theory (SCC-Theorie) (Lent, Brown, & Hackett, 1994) einen Erklärungsansatz dar, der häufig für die Analyse unterschiedlicher Berufswahlentscheidungen von Individuen herangezogen wird. So werden Karriereentscheidungen in den zahlreichen Studien, die die SCC-Theorie als theoretische Grundlage verwenden, in Hinblick auf unterschiedliche Kriterien wie z.B. Geschlecht, Ethnizität, Fachrichtung, etc. und deren Einfluss auf die Berufswahlentscheidung analysiert. Die Studien kommen zu dem Ergebnis, dass diese Determinanten unterschiedliche Einflusstärken auf die Berufswahlentscheidungen haben. In Ihrer Arbeit stellen Sie die SCC-Theorie dar und grenzen sie zu anderen Berufswahltheorien ab. Zudem geben Sie einen Überblick über diejenigen Studien, die sich mit der SCC-Theorie befassen und kategorisieren diese anhand der unterschiedlichen Einflussvariablen. Ziel der Arbeit ist es, eine Aufstellung bereits untersuchter Fragestellungen zu erstellen, die die SCC-Theorie als theoretische Grundlage verwenden und mögliche Forschungslücken aufzudecken, die ausgehend von der Theorie weiter untersucht werden können.

Als Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte:

- Lent, R. W., Brown, S. D., and Hackett, G. 1994. Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), pp. 79-122.
- Lent, R., Brown, S., Sheu, H., Schmidt, J., Brenner, B., Gloster, C., Wilkins, G., Schmidt, L., Lyons, H., and Treistman, D. 2005. Social cognitive predictors of academic interests and goals in engineering: Utility for women and students at historically black universities. *Journal of Counseling Psychology*, 52(1), pp 84-92.

Thema 7

Career Development and Counselling Theories - State of the Art

Die sogenannten „Career Development and Counselling Theories“ sind im Zuge der „Career Choice Theories“ entstanden und ergänzen diese inhaltlich. Während die „Career Choice Theories“ die Berufswahlentscheidung zum Untersuchungsgegenstand haben, fokussieren sich die „Career Development and Counselling Theories“ auf die gezielte Karriereplanung und -beratung. In diesem Zusammenhang werden unterschiedliche Ansatzpunkte und Strategien der „Career Development and Counselling Theories“ unterschieden wie zum Beispiel Theory of Career Development (Super, 1953), Theory of Career Construction (Savickas, 2005), etc. In Ihrer Abschlussarbeit geben Sie einen Literaturüberblick über die aktuelle Forschung zum Thema „Career Development and Counselling Theories“ und stellen zentrale Forschungsansätze vor. Darüber hinaus erarbeiten Sie einen Ausblick auf mögliche Forschungslücken. Damit gibt Ihre Arbeit Aufschluss über den State of the Art zu diesem Thema.

Als Einstieg in die Thematik lesen Sie bitte:

- Arthur, N., and McMahon, M. (2005). Multicultural Career Counseling: Theoretical Applications of the Systems Theory Framework. *The Career Development Quarterly*, 53 (3), pp. 208-222.
- Provan, K., Fish, A. and Sydow, J., 2007. Interorganizational Networks at the Network Level: A Review of the Empirical Literature on Whole Networks. *Journal of Management*, 33(3), pp. 479-516.

Thema 8

Einführung einer Regionalmarke für Produkte aus der Region Passau

Ziel der Markenpolitik ist es, einem Produkt einen eigenständigen Charakter eines Markenartikels zu verleihen und sich somit von der Masse gleichartiger Produkte abzuheben sowie auf der Nachfrageseite einen möglichst hohen Grad an Markentreue aufzubauen. Das Vertrauen des Konsumenten in die Marke sollte durch eine hohe, gleichbleibende Produktqualität und eine gleichförmige Produktaufmachung erworben und bewahrt werden. Marken müssen hierbei nicht nur auf Produkte von Unternehmen begrenzt sein, sondern können auch für Produkte von Institutionen oder Regionen genutzt werden – ein Beispiel hierfür sind sog. Regionalmarken. Regionalmarken bedienen das Angebot für die bestehende Nachfrage regional nachhaltig erzeugter Produkte. Sie berücksichtigen neben ökologischen Qualitätsanforderungen auch regionale Anforderungen, sodass ein möglichst großer Teil ihrer Wertschöpfung in der Erzeugerregion verbleibt. Ihre gestiegene Nachfrage ist auf Veränderungen im Konsumverhalten der Menschen zurückzuführen, die neben dem Preis auch andere Faktoren berücksichtigen.

Ziel der Arbeit ist es, ein Konzept zur Einführung einer Regionalmarke für Produkte aus der Region Passau zu erarbeiten. Hierfür recherchieren Sie in einem ersten Schritt potentielle Produkte und Dienstleistungen der Region Passau, die unter einer gemeinsamen Dachmarke vermarktet werden sollen. Im Rahmen einer ausführlichen Literaturrecherche und Internetrecherche zu bestehenden Best Practices anderer Regionen, erstellen Sie sodann eine Strategie für die Stadt Passau, eine eigene Regionalmarke aufzubauen.

Die Themenstellung ist Ergebnis einer Anfrage an die „Wissensinitiative WiWi“ und wurde von der Stadt Passau gestellt. Ein Vertreter der Stadtverwaltung steht Ihnen als Sparringspartner für Fragen zur Verfügung. **Die inhaltliche Betreuung und Benotung findet jedoch ausschließlich durch den Lehrstuhl für Internationales Management statt.**

Literatur zum Einlesen:

- Beverland, M. 2005. Brand management and the challenge of authenticity. *Journal of Product & Brand Management* 14.7 (2005). Pp 460-461.
- De Chernatony, L. 1999. Brand management through narrowing the gap between brand identity and brand reputation. *Journal of Marketing Management* 15.1-3 (1999). Pp. 157-179.
- Meffert, H; Burmann, C.; Koers, M. (Hrsg.). 2005. Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. Mit Best-practice-Fallstudien. 2. Auflage. Gabler, Wiesbaden 2005.
- Staack, T. 2004. Markenführung in der Ernährungswirtschaft. Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Fakultät für Agrarwissenschaften der Georg-August-Universität Göttingen.2004.