



SBWL Unternehmensführung

Informationen zur Vertiefungsrichtung und Bachelorarbeit



Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus

Universität Innsbruck

Der Bachelor



Institut für
Strategisches
Management,
Marketing und
Tourismus



Prozessablauf Vertiefungsrichtung & Bachelorarbeit

1. Deklaration der Vertiefungsrichtung
2. Besuch GK
 - Voraussetzungen lt. Studienplan
 - Erreichung 60% der Punkte im PS
 - Erreichung 60% der Punkte in Gesamtprüfung
 - Gesamtprüfung beim 1. Termin schreiben!
3. Anmeldung VK im folgenden Semester (Voraussetzung: bestandener GK = Gesamtprüfung)
4. Zu Beginn des Semesters Vorstellung des Themenaspektes / Branchen durch das Institut
5. Präferenz auf ein Thema
6. Zuteilung und Anmeldung des Themas am Institut
7. Einreichen der Bachelorarbeit am Semesterende

Bachelorarbeit - Aufgaben

- Die Bachelorarbeit ist eine **selbstständige praxisbezogene Arbeit mit theoretisch fundiertem Hintergrund**, die den Regeln des **wissenschaftlichen Arbeitens** entsprechen muss (siehe **Seminararbeitsleitfaden - Homepage**)

Aufgaben im Zuge der Bachelorarbeit sind daher:

- **Analyse / Case Study zu einer vom Institut vorgegebenen Themenstellung basierend auf Inhalten der SBWL in einer Branche Ihrer Wahl !**

Themenaspekt WS 2010

Business Model Innovation

“being different”:

Offering higher customer value than competition by being either better, faster or less expensive

Business model :

assumption about how a company can operate and combine individual activities to bring unique products or service to the market



Innovative “better” business models must...

- ...solve a customer problem that had not been solved or had only been solved unsatisfactorily*
- ...change the game rules according to which a product or service is brought to the market*
- ...change the game rules so radically that it is almost impossible to copy the business model*

Framework / Business Model

Customer Value Proposition (CVP)

- **Target customer**
- **Job to be done** to solve an important problem or fulfill an important need for the target customer
- **Offering**, which satisfies the problem or fulfills the need. This is defined not only by what is sold but also by how it's sold.

Johnson et al, 2008

KEY RESOURCES

needed to deliver the customer value proposition profitably. Might include:

- **People**
- **Technology, products**
- **Equipment**
- **Information**
- **Channels**
- **Partnerships, alliances**
- **Brand**

KEY PROCESSES, as well as rules, metrics, and norms, that make the profitable delivery of the customer value proposition repeatable and scalable. Might include:

- **Processes:** design, product development, sourcing, manufacturing, marketing, hiring and training, IT
- **Rules and metrics:** margin requirements for investment, credit terms, lead times, supplier terms
- **Norms:** opportunity size needed for investment, approach to customers and channels

PROFIT FORMULA

- **Revenue model** How much money can be made: price x volume. Volume can be thought of in terms of market size, purchase frequency, ancillary sales, etc.
- **Cost structure** How costs are allocated: includes cost of key assets, direct costs, indirect costs, economies of scale.
- **Margin model** How much each transaction should net to achieve desired profit levels.
- **Resource velocity** How quickly resources need to be used to support target volume. Includes lead times, throughput, inventory turns, asset utilization, and so on.

Mögliche Branchen

- **Tourismus :**

(z.B. Cube, Formule1, Modell Ötztal – freie Preiswahl für Übernachtung, Services etc.)

- **Musik:**(Internet, ...)

- **Lebensmittel :**

(Nespresso, gesundes Essen, Zotter, MyMüsli...)

- **Technologie :**(Leica,...)

- **Medien:** (U-Bahn-Zeitung,...)

- ...

Bewerbung Bachelorarbeit

Abgabe der Konzeptunterlagen am Institut innerhalb zwei Wochen nach Vorstellung des Themenschwerpunktes und Zuteilung:

- **5seitiges Konzept** mit
 - Klarer Darstellung von Thema und Problemstellung
 - Zielsetzung der Arbeit
 - vorläufige Übersicht über die für die Arbeit relevante Literatur
 - Kurze Vorstellung des Unternehmens /Branche und Begründung für die Wahl dieses Unternehmens /Branche
 - die geplante Vorgangsweise und Methodik
 - geplanter Aufbau/ Struktur der Arbeit
 - einen detaillierten Zeitplan

Institut für
Strategisches
Management ,
Marketing und
Tourismus



Ablauf Bachelorarbeit

1. Woche	<ul style="list-style-type: none">• Themenschwerpunkt-Präsentation / Zuteilung von Branchen
3. Woche	<ul style="list-style-type: none">• Konzeptabgabe der Bachelor-Studierenden
4.	<ul style="list-style-type: none">• Entscheidung über die Vergabe der Themen wird institutsintern innerhalb von 1 Woche getroffen (inkl. BegutachterIn)• Entscheidung wird im e-campus VK bekannt gegeben
5. Woche	<ul style="list-style-type: none">• 1. Treffen mit BegutachterIn vereinbaren (innerhalb 1 Woche): Themenfestlegung und -konkretisierung Betreuungsmodus festlegen Anmeldung der Bachelorarbeit
6.-15. Woche	<ul style="list-style-type: none">• Selbständige Bearbeitung des Themas Umfang: ca. 50 Seiten• Beachten Sie bei der Erarbeitung Ihrer Bachelorarbeit den Seminararbeitsleitfaden des Instituts (Homepage)
15. Woche	<ul style="list-style-type: none">• Abgabe der Bachelorarbeit (bis Semesterende bzw. vorher, wenn Antritt zum ersten Gesamtprüfungstermin)• in Papier- und elektronischer Form (Plagiatskontrolle!)

Abgabe Bachelorarbeit

vor dem Semesterende (Bachelorarbeits-Note fließt in PS-Note ein); **es gibt keine Verlängerung!**

Abgabe der Arbeit: spätestens zu erfolgen bis:
siehe **Homepage** (es gibt immer 2 Termine, je nachdem, ob Sie beim 1. Gesamtprüfungstermin schon antreten wollen)

Beurteilungskriterium	Max.Punktezahl
Umsetzung: Aufbau der Bachelorarbeit; Abgrenzung des Themas; Vollständigkeit der Bearbeitung	15
Theoretische Aufarbeitung (Literatur)	15
Problemanalyse; Problemverständnis	20
Theoretischer/Wissenschaftlicher Gehalt bzw. Verknüpfung von Theorie und Praxis	25
Argumentation und Eigenständigkeit	25
Gesamtbeurteilung	100

Vertiefungskurs - Note

	Bachelors	Bachelors mit Bachelorarbeit	IWW; Wipäd	BWL; VWL
Zusatzstunde	nein	nein	nein	ja
PS Note	PS Note fließt in Modulnote ein	PS Note (<i>inklusive Bachelorarbeit</i>) fließt in Modulnote ein	PS Note fließt in Modulnote ein	PS Note fließt <i>nicht</i> in Modulnote ein - muss für Antritt bei Gesamtprüfung aber positiv sein
Gesamtprüfung	60 min schriftl. + mündl.	60 min schriftl. + mündl.	60 min schriftl. + mündl.	90 min schriftlich
Modul Note	PS Note + schriftl. + mündl. Prüfung	PS Note (<i>inkl. Bachelorarbeit</i>) + schriftl. + mündl. Prüfung	PS Note + schriftl. + mündl. Prüfung	schriftl. Gesamtprüfung

Vertiefungskurs - Note

	Bachelors mit Bachelorarbeit	
Zusatzstunde	nein	
PS Note	PS Note (<i>inklusive Bachelorarbeit</i>) fließt in Modulnote ein	Gewichtung: PS 3,5 ECTS und Bachelorarbeit 15 ECTS Beide Leistungen (PS und Bachelorarbeit) müssen positiv sein - Erst bei positiver Beurteilung des PS und der Bachelorarbeit kann zur Gesamtprüfung angetreten werden
Gesamtprüfung	60 min schriftl. + mündl.	Achtung Gesamtprüfung besteht aus schriftlicher Prüfung (60 Minuten = 75%) und mündlicher Prüfung (= 25%)
Modul Note	PS Note (<i>inkl. Bachelorarbeit</i>) + schriftl. + mündl. Prüfung	