



Kolloquium für Abschlussarbeiten (24.04.2014)

Prof. Dr. Jörn Block

Fachbereich IV, BWL
Sommersemester 2014

Vorlesung
A 12, 10:00–11:30 Uhr

Agenda

1. Wichtige Informationen zu Ihrer Abschlussarbeit
2. Struktur der Arbeit und allg. Hinweise
3. Wissenschaftliche Literatur
4. Formvorschriften

- **Heute:** - Vorlage Anmeldeformular für die BA/MA-Arbeit
 - **Beginn der Bearbeitungszeit**
 - BA: 4 Monate, Umfang: 10.000 Wörter +/- 10 %
 - MA/DA: 6 Monate, Umfang: 15.000 Wörter +/- 10 %
 - Details zu Formatvorschriften: Siehe Homepage
- **Nächste Woche:**

Abgabe des Anmeldeformulars am Lehrstuhl
- Für Fragen zur Organisation der BA/MA-Arbeit, zu Fristen und Terminen, zur An-/Abmeldung, zu den Inhalten der Prüfungsordnungen, wenden Sie sich bitte an das **Hochschulprüfungsamt**.
- Die fertige BA/MA-Arbeit muss gebunden, in dreifacher Ausfertigung, beim Hochschulprüfungsamt fristgerecht abgegeben werden. Sie muss in allen Exemplaren die Erklärung des selbständigen Arbeitens (unterschrieben!) enthalten.

	Literaturrecherche	1.–2. Woche
1. Treffen mit Betreuer	Erarbeitung einer Fragestellung	3.–4. Woche
2. Treffen mit Betreuer	Erstentwurf: Gliederung	5. Woche
3. Treffen mit Betreuer (bei einer ca. zu 50% fertigen Arbeit)	Beginn: Verfassen der Abschlussarbeit	
	Ende: Verfassen der Arbeit (Schluss und Einleitung)	13.–14. Woche
	Sprachliche und stilistische Überarbeitung	15. Woche
	Überprüfung: Grammatik, Rechtschreibung, Zeichensetzung und formelle Anforderungen	16. Woche

- Sie haben **3–4 Gespräche** mit Ihrem Betreuer (mehr nicht!).
- Kommen Sie bitte **vorbereitet** und erledigen Sie **vorher** Ihre Hausaufgaben; die Gespräche sollten nicht länger als 30 Minuten dauern.
- Wenn nötig: Unterlagen für das Gespräch vorher ausdrucken.
- Bitte nur in wirklichen **Ausnahmefällen E-Mail-Kommunikation** in inhaltlichen Fragen.
- Fristverlängerung **nur in Ausnahmefällen** (z.B. Krankheit); muss (glaubhaft) belegt werden; Ansprechpartner ist HPA

Eigenständige und kritische Analyse des gewählten Forschungsthemas

- Umfassende Wiedergabe des **aktuellen Stands der wissenschaftlichen Literatur** zu ihrer Forschungsfrage (insb. internationale Literatur).
- Anspruch, den aktuellen **Kenntnisstand zum Thema zu erweitern**.
- **Logik, Argumentationsweise, roter Faden**
- Bekannte **Standards** wissenschaftlichen Arbeitens sind einzuhalten (Zitieren, Bibliographie); auch formal sollte die Arbeit professionellen Standards entsprechen.
- **Prozess**: wie eigenständig haben Sie die Aufgabenstellung bearbeitet?

Diese Anforderungen stellen gleichzeitig die ausschlaggebenden **Bewertungskriterien** dar.

- Bachelorarbeit: **nicht erwartet**, aber wird als ein Plus gewertet
- Master-/Diplomarbeit: **wünschenswert**, aber kein Muss
- Empirie kann **verschiedene Formen** annehmen:
 - Fallbeispiel
 - Selbst geführtes Interview
 - Auswertung eines großzahlig-quantitativen Datensatzes (Umfragedaten, Archivdaten, Unternehmensdaten, Länderdaten)
 - ...
- Ziel: die **Überprüfung/Belegung/Illustration** ihrer Hauptaussagen

Agenda

1. Wichtige Informationen zu Ihrer Abschlussarbeit
2. Struktur der Arbeit und allg. Hinweise
3. Wissenschaftliche Literatur
4. Formvorschriften

„Ein bekannter Spruch besagt sinngemäß, dass man aus Kuhmist kein Gold machen kann. **Mist bleibt Mist**, egal wie Sie ihn formen und wie lange Sie darin rühren. [...] Auch für das Gelingen einer wissenschaftlichen Arbeit ist entscheidend, dass Sie bei den Zutaten, d. h. bei den Informationen, die Sie zur Beschreibung, zur Erklärung bzw. zur Argumentation benötigen, auf Qualität achten.“

- **Forschungsfrage**
 - Hauptfrage(n), die Ihrer Arbeit untersucht wird (werden)
 - Ist Leitfrage → die Frage gliedert Ihre Arbeit!!

- **Kriterien**
 - Möglichst von breitem Interesse
 - Sollte eine Forschungslücke füllen
 - Praxisrelevanz sollte gegeben sein
 - Klar formuliert
 - Nicht zu lang
 - Kann mehrere Teilfragen beinhalten
 - Hängt eng mit Hypothesen/Propositions zusammen

- **Oberthema**
„Finanzierung von Innovationen im Mittelstand“
 - Welche Forschungsfragen lassen sich aus dem Oberthema ableiten? (3 Minuten zum Überlegen)
- Warum ist das Thema wichtig? Für wen?
- Was weiß man bereits zu dem Thema? Woher? Von Wem?
- Was möchten sie mit ihrer Arbeit erreichen? Wo liegt der besondere Beitrag ihrer Arbeit (engl. „contribution“)?

Was ist eine Forschungsfrage? Was eine Hypothese?

Beispiel

Thema:

Innovation und Venture Capital

Forschungs-
frage:

Welche Rolle spielt die Innovativität eines Start-ups bei dessen Suche nach Venture Capital?

Hypothese:

Höhere Innovativität eines Start-ups erhöht die Chancen des Start-ups VC-Finanzierung zu erhalten.

- „Eine entscheidungslogisch aufgebaute und damit tragfähige Gliederung zu entwerfen ist ein ganz wesentlicher Teil, dem Sie relativ viel Zeit und Sorgfalt schenken sollten. Jeder Text hat:
 - eine äußere Hülle (= **Gliederung**), ohne die Ihr wissenschaftliches Werk eine ungeordnete Menge von Gedanken bliebe, und
 - eine innere Struktur (= **eigentlicher Text**).“
- 1. Einleitung (Warum ist das Thema für wen relevant?)
- 2. Theoretische Grundlagen, wichtige Begriffe und Herleitung der Forschungsfrage
- 3. Analyse der Forschungsfrage, eigentlicher Textkörper (=Hauptteil)
- 4. Diskussion der Ergebnisse, Limitationen und des Beitrags der vorliegenden Arbeit für Wissenschaft und Praxis

- Beachten Sie immer die Reichweite Ihrer Aussagen, wenig ist **generalisierbar**. Siehe dazu Kornmeier (2008), S. 111ff.
- Vorsicht bei **Kausalitäten!** Meist ist nicht bekannt in welche Richtung ein Zusammenhang verläuft.
- Denken Sie immer daran, dass der Leser mit Ihrem Beitrag weiterarbeiten will. Seien Sie daher **kritisch** und zeigen Sie auch Schwächen des Beitrags auf.
- Überlegen Sie, welche Stellen dem Leser unklar sein könnten und gehen Sie auf mögliche **Probleme** ein. Ausführlich dazu Huff (1999), S. 3ff.

Ausführlich in Kornmeier (2008), Kapitel 6, S. 151 ff.

Lesen Sie einmal im Leben ein Buch zum wissenschaftlichen Arbeiten!

- Sie schreiben für den Leser, also möglichst **einfach**.
- Verzichten Sie auf Passiv, viele Nebensätze, lange Sätze.
- Achten Sie auf **logische** und **eindeutige** Formulierung.
- **Kein Denglisch**, keine unnötigen Fremdwörter
- Aber auch **nicht umgangssprachlich**, salopp

„Das Volumen subterranean Agrarprodukte steht in reziproker Relation zur intellektuellen Kapazität der Produzenten“

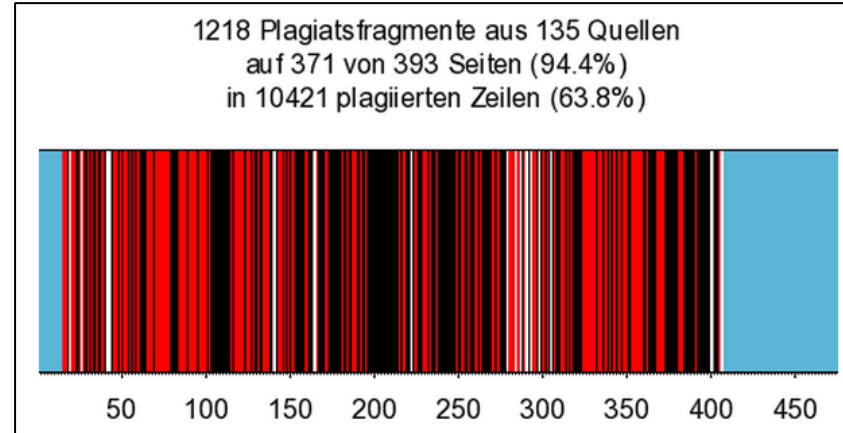


Einige Negativbeispiele:

- „Reduzierung von Lücken und Brüchen im Wertschöpfungsprozess des Unternehmens und somit eine Kostensenkung und Effektivitätssteigerung.“ → **unverständlich**
- „Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Wissen das Gesamtbild des Unternehmens zeichnet und einen Überblick der Geschehnisse gibt.“ → **abstrakt**
- „Zur Projektausführungsphase zählt hauptsächlich die inhaltliche Bearbeitung der Aufgabenstellung des Projektes.“ → **inhaltslos**
- „Erfahrung zu sammeln und unser persönliches Profil zu schärfen war im Rahmen der Interviewgespräche sehr gut möglich, insbesondere in Hinblick auf die Wahrnehmung der verschiedenen Interessengruppen eines Unternehmens wie XXX.“ → **irrelevant**

- **Absätze, Einrückungen** machen (bitte einheitlich)
- Ggf. **Nummerierung** verwenden und **Spiegelstriche** verwenden
- **Füllwörter** (vielleicht, oft, eher, häufig, manchmal, ...) vermeiden
- **Redundanz vermeiden**
- **Sätze** sollten aufeinander aufbauen und eine logische Kette ergeben.
- **Metakommunikation** einführen
(der folgende Abschnitt befasst sich mit ...)
(aber: nicht zu viel → Redundanz!!!)
- **Ein Abschnitt** sollte mindestens eine halbe Seite Text umfassen
- **Fettdruck und Kursivdruck** gerne verwenden, z.B. zur Einführung von Schlüsselwörtern, aber nicht zu häufig
- **Tabellen und Grafiken** zur Zusammenfassung von Ergebnissen einsetzen

- Einleitung und Schluss müssen einen **klaren Bezug** zueinander haben.
- Die Fragestellung und das Ziel der Arbeit müssen **klar formuliert** werden und im Schluss **wieder aufgegriffen** werden.
- Es ist eine klare **Themen- und Begriffsabgrenzung** notwendig.
- Verwendete Argumentationsketten müssen gut begründet, vollständig und somit **logisch nachvollziehbar** sein.
- Die **verwendete Literatur** ist kenntlich zu machen und zu reflektieren.
- Verwendete **Fachbegriffe** und **zentrale Konzepte** sind zu erläutern und müssen in ihrer Bedeutung stringent benutzt werden.
- **Tabellen und Abbildungen** erleichtern das Lesen und die Verständlichkeit der Arbeit.
- Alle Inhalte sind auf ihre **Relevanz hinsichtlich der forschungsleitenden Fragestellung** zu überprüfen.



- Eindeutige Plagiate werden an der Professur mit „nicht bestanden“ bewertet.
- Plagiate sind leicht zu entdecken (z.B. mit Hilfe von spezieller Software).

Aber: Frage an Sie: Was ist ein Plagiat?

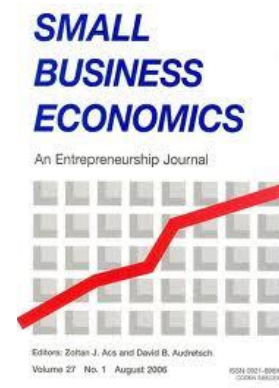
Checkliste vor Abgabe der Abschlussarbeit:

- Korrekturlesen (lassen)
- Rechtschreibung, Kommafehler finden
- Füllwörter entfernen (auch, häufig, oft, vielleicht, eher...)
- Redundanz vermeiden
- Sind Ausdrücke einheitlich verwendet?
- Roter Faden klar?
- Umbrüche kontrollieren, insb. Überschriften/Tabellen
- Vollständigkeit des Literaturverzeichnisses überprüfen
- Übergänge zwischen Kapiteln nochmals anschauen
- Sind Tabellen im Text erwähnt? Sind sie von sich aus verständlich?
- Inhaltsfreie leere Worthülsen entfernen („Management wird immer wichtiger“)
- Titelseite mit Kontaktdaten, E-Mail-Adresse und Matrikelnummer?

Die fertige Arbeit muss schließlich gebunden und in dreifacher Ausfertigung fristgerecht **beim HPA** abgegeben werden. Sie muss in allen Exemplaren eine unterschriebene eidesstattliche Erklärung enthalten.

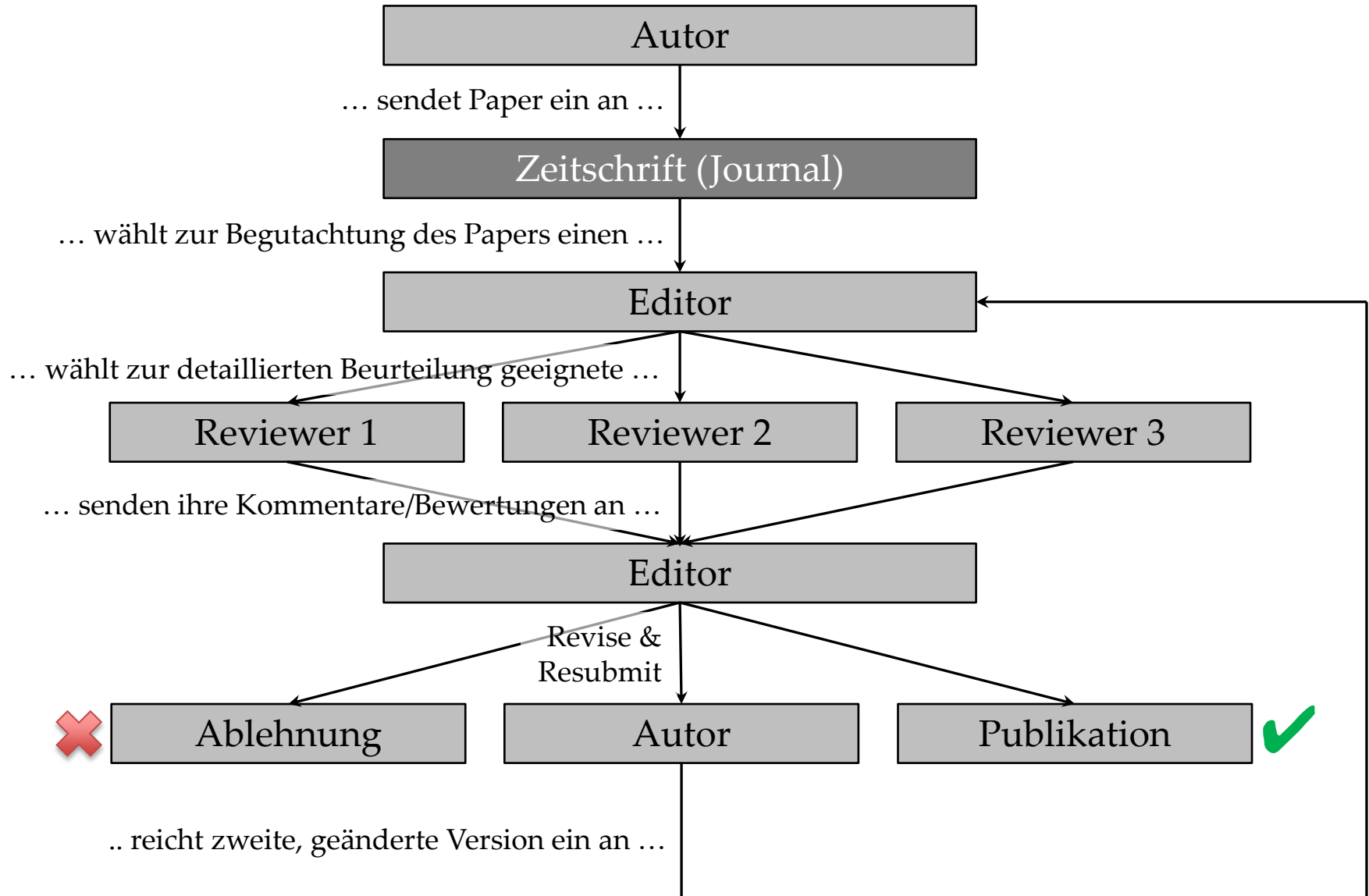
Agenda

1. Wichtige Informationen zu Ihrer Abschlussarbeit
2. Struktur der Arbeit und allg. Hinweise
- 3. Wissenschaftliche Literatur**
4. Formvorschriften



... und (eher) weniger ...





Interessanter Artikel: Bergh, D. (2004): Editing the 2004 AMJ Best Article Award. AMJ, 49(2): 197–202.

Wie finden Sie wissenschaftliche Literatur?

- Hinweis: Wissenschaftliche Literatur befindet sich vor allem in **anonym begutachtet Zeitschriften** („peer-reviewed journals“; ggf. „working papers“)
- Möglichkeit A: Systematisch bestimmte, für die Fragestellung relevante **Fachzeitschriften** durchsuchen, z.B.
 - Research Policy
 - Academy of Management Journal
 - Strategic Management Journal
 - Organization Science
 - Entrepreneurship, Theory and Practice
 - ...
- Möglichkeit B: Alternativ, **Sammlungen von Fachzeitschriften** durchsuchen, z.B.
 - ScienceDirect
 - EBSCO
 - JSTOR
 - ...

- **Möglichkeit C: Suchmaschinen**
 - Google Scholar (frei zugänglich unter <http://scholar.google.de>)
 - Google Books (frei zugänglich unter <http://books.google.com>)
 - SSCI
 - Forschungsportal des BMBF (<http://www.forschungsportal.net>)
- **Möglichkeit D: Working-Paper-Datenbanken**
 - SSRN: <http://www.ssrn.com>
 - IDEAS: <http://ideas.repec.org> [eher VWL]
 - WoPEC: <http://swopec.hhs.se/hastef>
 - NBER: <http://www.nber.org> [eher VWL]
- **Allgemein: Verschiedene Rankings sind dabei hilfreich:**
 - allgemeine Ranking des VHB (www.v-h-b.de > Service > Jourqual 2.1)
 - Handelsblatt-Ranking der Zeitschriften in der BWL
 - SSCI-Impact Factors (z. B. <http://pages.stern.nyu.edu/~wstarbuc/cites.htm>)

Rank	Journal	Rating	JQ 2.1 Indexwert	JQ 1 Indexwert
1	Journal of Finance	A+	9,80	9,62
2	American Economic Review	A+	9,75	9,61
3	Review of Financial Studies	A+	9,48	9,26
4	Administrative Science Quarterly	A+	9,48	9,31
5	Journal of Marketing	A+	9,46	9,54
6	Journal of Consumer Research	A+	9,44	9,39
7	Journal of Financial Economics	A+	9,43	9,53
8	Information Systems Research	A+	9,42	8,83
9	Journal of Political Economy*	A+	9,42	9,56
10	Journal of Marketing Research	A+	9,34	9,74
11	Marketing Science	A+	9,29	9,74
12	Science*	A+	9,22	
13	Management Science	A+	9,20	9,29
14	Operations Research	A+	9,19	8,78
15	Econometrica*	A+	9,09	9,65
16	Academy of Management Journal	A+	9,08	9,15
17	Academy of Management Review	A+	9,07	8,56
18	Journal of Financial and Quantitative Analysis	A	8,95	8,89
19	RAND Journal of Economics (formerly: Bell Journal of Economics)	A	8,93	9,16
20	Mathematical Programming	A	8,92	8,58
21	Health Economics*	A	8,92	
22	Organization Science	A	8,90	8,89

39	Strategic Management Journal	A	8,41	8,92
40	Research Policy	A	8,41	7,62
41	Journal of Service Research	A	8,40	8,40
42	Journal of Business Venturing	A	8,38	7,97
43	Voluntas. International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations	A	8,36	7,75
44	Journal of Applied Psychology	A	8,33	8,96
45	Accounting, Organizations and Society	A	8,33	10,00
46	Journal of Management Information Systems	A	8,32	7,81
47	Production and Operations Management	A	8,32	7,33
48	Economic Journal	A	8,29	8,46
49	Journal of Industrial Economics	A	8,24	8,18
50	Discrete Applied Mathematics	A	8,24	7,96
51	Health Care Management Science	A	8,23	7,71
52	Experimental Economics*	A	8,23	
53	Journal of Economic Behavior and Organization	A	8,22	8,99
54	Journal of the European Economic Association	A	8,20	
55	Entrepreneurship: Theory and Practice	A	8,18	6,78
56	Journal of Economics and Management Strategy	A	8,17	8,84
57	International Journal of Research in	A	8,17	8,88

Quelle: http://vhbonline.org/uploads/media/Ranking_Gesamt_2.1.pdf



"lead user" + "integration"

Suche

[Erweiterte Scholar-Suche](#)
[Scholar-Einstellungen](#)
[Scholar-Hilfe](#)

Web-Suche Suche Seiten auf Deutsch

Scholar [Alle Artikel](#) - [Zuletzt aufgerufene Artikel](#)

Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 1.440 für "lead user"

[Lead User Integration](#) - [Alle 5 Versionen](#) »

S Springer, S Beucker, C Lang, W Bierter - *Arbeitspapier aus, 2004* - nova-net.de

... Innovation in der Internetökonomie **Lead User Integration** ...

2 2 (Sustainable) **Lead-User Integration**

[Zitiert durch: 3](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

[ZITATION] **Lead User Integration**. Arbeitspapier des Forschungsprojekts nova-net, Tübingen, Stuttgart. Im ...

S Springer, S Beucker, C Lang, W Bierter - 2004 - nova-net. de

[Zitiert durch: 3](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

[Lead user analyses for the development of new industrial products](#) - [Alle 13 Versionen](#) »

GL Urban, E von Hippel - *Management Science*, 1988 - JSTOR

... 2. Methodology The **integration** of market research methods with the **lead user** hypothesis

can be represented by a four step methodology for concept development ...

[Zitiert durch: 220](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

Diese Artikel zitieren den Artikel

[Möglichkeiten der Lead User-Identifikation in Online-Medien](#) - [Alle 2 Versionen](#) »

H Ernst, JH Soll, M Spann - ... mit virtuellen Communities: Kundenwünsche erfahren und ..., 2004 - books.google.com

... Vielmehr sollten auch Kunden als **Lead User** bezeichnet werden, die relevante Voraus ...

Produktkonzepte haben und sich somit für eine **Integration** in Neuproduktent ...

[Zitiert durch: 11](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

Hier finde ich den Artikel

Scholar

Ergebnisse 1 - 10 von ca. 220 Zitationen von [Urban: Lead user analyses for the development of new industrial products.](#) (0,41 Se

[PDMA Research on New Product Development Practices: Updating Trends and Benchmarking Best Practices](#) - [Alle 2 Versionen](#) »

A Griffin - [Journal of Product Innovation Management](#), 1997 - [ingentaconnect.com](#)

Abbie Griffin summarizes the results of research efforts undertaken during the past five years and presents findings from the most recent PDMA survey on NPD best practices. This survey, conducted slightly more than five years after ...

[Zitiert durch: 408](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

[Democratizing Innovation](#) - [Alle 3 Versionen](#) »

EA VON HIPPEL - [papers.ssrn.com](#)

Exclusive rights to publish and sell this book in print form in English are licensed to The MIT Press. All other rights are reserved by the author. An electronic version of this book is available under a Creative Commons license.

[Zitiert durch: 365](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

[\[PDF\] Developing New Product Concepts Via the Lead User Method: A Case Study in a "Low Tech" Field](#) - [Alle 11 Versionen](#) »

C Herstatt, E von Hippel - [Journal of Product Innovation Management](#), 1992 - [stuff.mit.edu](#)

Publication Information: Herstatt, Cornelius, and Eric von Hippel (1992), "From Experience: Developing New Product Concepts Via the Lead User Method: A Case Study in a "Low Tech" Field", [Journal of Product Innovation Management](#), ...

[Zitiert durch: 168](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [HTML-Version](#) - [Websuche](#)

[Methods and tools for corporate knowledge management](#) - [Alle 19 Versionen](#) »

R Dieng, O Corby, A Giboin, M Ribiere - [International Journal of Human-Computers Studies](#), 1999 - [www-sop.inria.fr](#)

Int. J. Human-Computer Studies (1999) 51, 567)598 Article No. ijhc.1999.0281

Available online at <http://www.idealibrary.com> on ... Methods and tools for corporate knowledge management ... R OSE D IENG , O LIVIER C ORBY , A ...

[Zitiert durch: 159](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

[Profiting from voluntary information spillovers: how users benefit by freely revealing their ...](#) - [Alle 17 Versionen](#) »

D Harhoff, J Henkel, E von Hippel - [Research Policy](#), 2003 - Elsevier

Empirical studies of innovation have found that end users frequently develop

Scholar

Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 13. (0,54

[Lead user analyses for the development of new industrial products](#)

GL Urban, E von Hippel - [Management Science](#) 1988 - [ISTOR](#)

LEAD USER ANALYSES OF NEW INDUSTRIAL PRODUCTS 575 improvements were in the same direction as the objectives reported in our question- naire by our users who had built their own systems. 3.4. Testing Lead User Product Concept To test ...

[Zitiert durch: 220](#) - [Ähnliche Artikel](#) - [Websuche](#)

[\[PDF\] LEAD USER ANALYSES FOR THE DEVELOPMENT OF NEW INDUSTRIAL PRODUCTS](#)

GL Urban, E von Hippel - [stuff.mit.edu](#)

Recently, a "lead user" concept has been proposed for new product development in fields subject to rapid change (von Hippel, 1986). In this paper we integrate market research within this lead user methodology and report a test of it ...

[HTML-Version](#) - [Websuche](#)

[\[PDF\] LEAD USER ANALYSES FOR THE DEVELOPMENT OF NEW INDUSTRIAL PRODUCTS](#)

GL Urban, E von Hippel - [mit.edu](#)

Recently, a "lead user" concept has been proposed for new product development in fields subject to rapid change (von Hippel, 1986). In this paper we integrate market research within this lead user methodology and report a test of it ...

[HTML-Version](#) - [Websuche](#)

[Lead user analyses for the development of new industrial products](#)

GL Urban, E Hippel - [ideas.repec.org](#)

If you experience problems downloading a file, check if you have the proper application to view it first. Information about this may be contained in the File-Format links below. In case of further problems read the IDEAS help ...

[Im Cache](#) - [Websuche](#)

Hier finden Sie
den Artikel



Erweiterte Scholar-Suche

[Tipps zu](#)

Artikel finden

mit **allen** Wörtern

mit der **genauen Wortgruppe**

mit **irgendeinem** der Wörter

ohne die Wörter

die meine Wörter enthalten

irgendwo im Artikel

Autor

Artikel geschrieben von

z. B. "Stephen Hawking" oder Hawking

Veröffentlichung

Artikel veröffentlicht in

z. B. NJW oder Nature

Datum

Artikel veröffentlicht zwischen

 —

z.B. 1996

Felder, die Sie ausfüllen können!

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the ScienceDirect website. The address bar shows the URL: <https://emedial1.bsb-muenchen.de/han/3268/www.sciencedirect.com/science/journal/08839026>. The browser's search bar contains the text "jour qual vhb".

The ScienceDirect logo is visible on the left, and the Bayerische Staatsbibliothek (BSB) logo is on the right. A navigation menu includes "Home", "Browse", "Search", "My Settings", "Alerts", and "Help". The "Search" menu item is circled in red.

The search results section shows a "Quick Search" bar with the text "corporate venture capital" entered. Below this, the "Journal of Business Venturing" is displayed, including a cover image and the text "Copyright © 2009 Elsevier Inc. All rights reserved". Links for "Sample Issue Online", "About this Journal", "Submit your Article", and "Shortcut link to this Title" are provided. There are also links for "New Article Feed" and "Alert me about new Volumes / Issues".

The "Volume 24, Issue 6, Pages 533-600 (November 2009)" section is highlighted. A legend indicates that a green square icon means "Full-text available" and a white square icon means "Abstract only". The "Articles in Press" section is also visible.

The "Volume 24 (2009)" section lists "Volume 24, Issue 6" (pp. 533-600, November 2009) and "Volume 24, Issue 5" (pp. 407-532, September 2009). The "Volume 24, Issue 6" section lists two articles:

1. **Editorial Board**
Page IFC
Preview PDF (426 K) | Related Articles
2. **Congenital learning in the Spanish telecommunication industry**
Pages 533-543
Juan Gabriel Caceres Navarro, Anthony K.P. Wai Leng



Home Browse Search My Settings Alerts Help

Quick Search All fields Author

? search tips Journal/book title Volume Issue Page Clear Go [Advanced Search](#)

444 articles found for: ALL(*corporate venture capital*)
[*Journal/Book(Journal of Business Venturing)*]
[Save Search](#)

[previous page](#) < results 1 - 1

= Full-text available = Abstract only

Search Within Results:

Refine Results

Content Type
 Journal (444)

Journal/Book Title
 Journal of Business Venturing (444)

Year
 2009 (54)

Sort by:

- When does corporate venture capital investment create firm value?**
Journal of Business Venturing, Volume 21, Issue 6, November 2006, Pages 753-772
Gary Dushnitsky, Michael J. Lenox
[Preview](#) [PDF \(185 K\)](#) | [Related Articles](#)
- Towards understanding who makes corporate venture capital investments and why**
Journal of Business Venturing, In Press, Corrected Proof, Available online 22 August 2009
Sandip Basu, Corey Phelps, Suresh Kotha
[Preview](#) [PDF \(307 K\)](#) | [Related Articles](#)

- The impact factor is a measure of the frequency with which the "average article" in a journal has been cited in a particular year.
- The impact factor is a ratio between citations and recent citable items published.
- Beispielhafte Berechnung des impact factor:
 - A= total cites in 1992
 - B= 1992 cites to articles published in 1990–91 (this is a subset of A)
 - C= number of articles published in 1990–91
 - **B/C = 1992 impact factor**
- Beispiele für impact factors (2011):

– Academy of Management Journal	5,61
– Management Science	1,73
– Journal of Business Venturing	3,06
– Entrepreneurship: Theory & Practice	2,54
– Strategic Management Journal	3,78

Agenda

1. Wichtige Informationen zu Ihrer Abschlussarbeit
2. Struktur der Arbeit und allg. Hinweise
3. Wissenschaftliche Literatur
4. Formvorschriften

Abb.: Quelle	10	-	6	18	einfach	zentriert	-
Fußnote	10	-	-	-	einfach	Block	0,75
Längeres Zitat	10	-	12	12	einfach	Block	beidseit. 1 cm
Literaturverzeichnis	12	-	-	6	einfach	links	0,75

- **Seiteneinrichtung**

Der Seitenrand sollte (mit Ausnahme des Deckblattes) oben/unten 2,5 cm, links 3 cm und rechts 2 cm betragen.

- **Angaben** auf Homepage **genau** beachten:
<http://www.uni-trier.de/index.php?id=45489>
- **Beispieldokument** auf Homepage **genau** beachten:
http://www.uni-trier.de/fileadmin/fb4/prof/BWL/MIT/Download/Beispieldokument_10_2012.pdf
- Bei Unklarheiten den **angegebenen Reader** beachten:
http://www.uni-trier.de/fileadmin/fb4/SOZ/Downloads/Leitfaden_wiss._Arbeit.pdf

Achten Sie unbedingt auf eine **formal einheitliche**
Darstellung!

	Schrift-grad	Schrift-schnitt	Abstand vor (pt)	Abstand nach (pt)	Zeilen-abstand	Aus-richtung	Sonderein-zug (häng.) (cm)
Kopfzeile	10	-	-	-	einfach	links	-
Überschrift 1	14	fett	30	18	einfach	links	1
Überschrift 2	13	fett	18	18	einfach	links	1
ab Überschrift 3	12	fett	18	12	einfach	links	1
Fließtext	12	-	-	-	1,5-fach	Block	-
Hervorhebung	-	kursiv	-	-	-	-	-
Abb.: Überschrift	12	fett	18	6	einfach	zentriert	-
Abb.: Quelle	10	-	6	18	einfach	zentriert	-
Fußnote	10	-	-	-	einfach	Block	0,75
Längeres Zitat	10	-	12	12	einfach	Block	beidseit. 1 cm

Quelle: <http://www.uni-trier.de/index.php?id=45489>.

- **Seiteneinrichtung:** Der Seitenrand sollte (mit Ausnahme des Deckblattes) oben/unten 2,5 cm, links 3 cm und rechts 2 cm betragen.
- **Seitennummerierung:** Bis zum Textteil der Arbeit ist fortlaufend mit römischen Ziffern zu nummerieren, wobei dem Deckblatt die Seitenzahl „I“ lediglich gedanklich zugewiesen wird. Ab dem Textteil (inkl. Literaturverzeichnis und Anhang) werden die Seiten fortlaufend mit arabischen Ziffern, beginnend mit „1“, durchnummeriert.
- **Schriftart:** Die gesamte Arbeit ist in „Times New Roman“, zu verfassen. Für den Text in Darstellungen darf abweichend, aber durchgängig, „Arial“ verwendet werden.
- **Kopfzeileninhalt:** Die Kopfzeile enthält links die Überschrift 1. Ebene, respektive den Namen des aktuellen Verzeichnisses, rechts die Seitenzahl und ist zu unterstreichen.

Tabelle 1 – Dimensionen von Leitbildern.....	16
Tabelle 2 - Ziele der Logo-Gestaltung.....	21
Tabelle 3 – Kontakte einer ... Organisation zu ihren Partnern.....	34
Abbildung 1 - Phasen der Arten von Destination Management Organisations.....	4
Abbildung 2 – Phasen einer Destinationskonzeption.....	6
Abbildung 3 – Darstellung des Branding Vorgangs in diesem Dokument	7

Diese Sonderfälle bleiben hier außer Acht, finden aber im letzten Teil dieser Arbeit (Kapitel Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden)

Desweiteren ist es so und wird auch immer so sein – solange die Forschung keine Wege findet die Männer Kinder austragen zu lassen – dass Frauen Kinder kriegen.

Mentoringprogramme sind ein guter Weg, solange dieser nicht den Trierer Straßenverhältnissen ähnelt.

Inhalt und Ablauf des Destination Branding

Kopfzeile

Seitenzahl

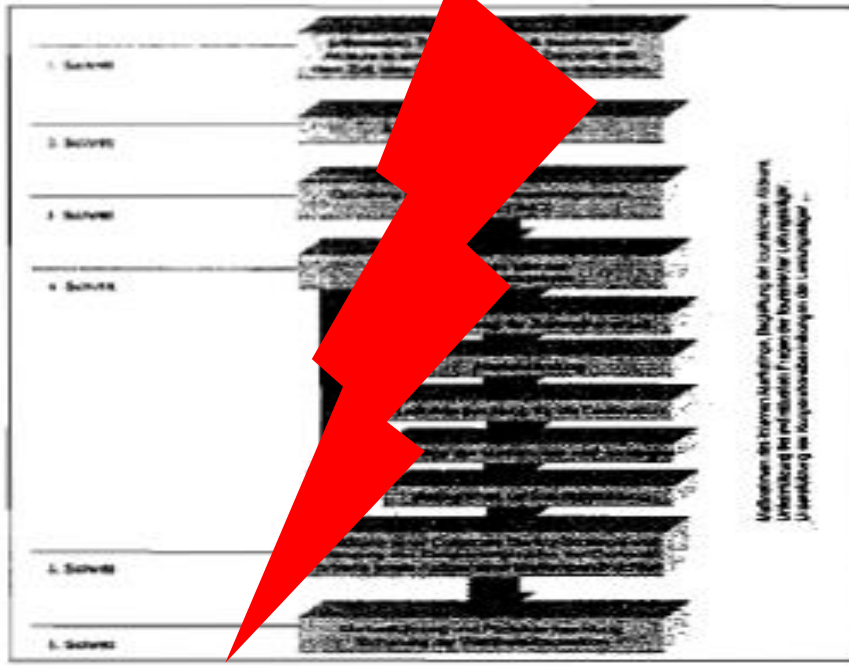


	Entwicklungsrichtung	sie auch umzusetzen
ökologisch/ gesellschaftlich	Leitbilder sind wichtig um die gegenseitige Beeinflussung von Ökonomie, Ökologie, Gesellschaft und Tourismus zu fördern.	Aufgrund der durch den Wechselwirkungen entstehenden Zwänge werden die Leitbilder häufig verworfen.
ethisch	Leitbilder für das Handeln aller beteiligten können mit Hilfe von Leitbildern gesetzt werden	Wenn nicht alle Beteiligten bei der Formulierung mit einbezogen werden, werden die Leitbilder nicht von allen übernommen.

Rechtschreibung und „Interpunktionsstreuer“!!!

Quelle: eigene Erstellung, in Anlehnung an Bieger – Management von Destinationen S. 287.

Abbildung 2 – Phasen einer Destinationskonzeption



Quelle: SCHERHAG, 2003, S. 264

Das diesbezügliche Konzept von WIESNER „Phasen einer Destinationskonzeption“ beschreibt im Gegensatz zu SCHERHAG auch eine ausführliche Analyse der aktuellen Situation.

Beim Branding-Vorgang wird in der vorliegenden Arbeit von einer bereits bestehenden Destination ausgegangen, weshalb die Schritte eins bis drei hier vernachlässigt werden.

SCHERHAG beschreibt in seinen Ausführungen zu dieser Grafik ausführlich wie die Destination Management Organisation das Image erstellen soll und legt den Fokus dabei auf die operative Planung. Die Analyse des derzeitigen Standpunktes steht dabei eher im Hintergrund

- **Kornmeier, Martin (2011):**
Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. 4. aktualisierte Auflage.
→ Kapitel 4 bis 7
- **Voss, Rödiger (2010):**
Wissenschaftliches Arbeiten ... leicht verständlich! 1. Auflage.
→ Kapitel 5 bis 9
- **Scheld, Guido A. (2008):**
Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten. 7. aktualisierte Auflage.
- **Huff, Anne S. (1998):**
Writing for Scholarly Publication, Thousand Oaks, London.

Basis:

- Kornmeier, Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht, Bern, Stuttgart, Wien 1. Auflage 2008.

Vertiefung:

- Huff, Writing for Scholarly Publication, Thousand Oaks, London, New Dehli 1. Auflage 1999.