

## **Inhaltsverzeichnis**

Inhaltsverzeichnis .....	III
Tabellenverzeichnis .....	V
Abbildungsverzeichnis .....	VI
Abkürzungsverzeichnis .....	VII
Symbolverzeichnis .....	VIII
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Herleitung des Analyserahmens zur Positionierung von Business Schools.....</b>	<b>4</b>
2.1 Festlegung des Begriffes „Business School“ .....	4
2.2 Festlegung des Begriffes „Positionierung“ .....	5
2.2.1 Positionierungsbegriff in der betriebswirtschaftlichen Literatur .....	5
2.2.2 Konzept der Strategischen Gruppen als theoretischer Erklärungsansatz zur Positionierung von Business Schools .....	6
2.3 Betrachtung ausgewählter Bewertungsmodelle .....	8
2.3.1 Modell von Simon zur Positionierung von wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereichen in Deutschland .....	8
2.3.2 Modell von Segev/Raveh/Farjoun zur Positionierung von MBA-Programmen in den USA.....	9
2.3.3 Ranking zur Bewertung von wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereichen von stern/CHE .....	11
2.3.4 Einordnung der vorliegenden Untersuchung .....	12
<b>3 Entwicklung eines eigenständigen Positionierungsmodells .....</b>	<b>15</b>
3.1 Herleitung relevanter Kriterien zur Positionierung von Business Schools.....	15
3.2 Operationalisierung der Kriterien.....	16
3.2.1 Internationalität .....	16
3.2.2 Praxisbezug .....	18
3.2.3 Studienorganisation .....	19
3.2.4 Lehre .....	20

---

<b>4 Anwendung des Positionierungsmodells.....</b>	<b>23</b>
4.1 Co-plot als multivariates Analyseverfahren zur Positionierung und Charakterisierung von Business Schools.....	23
4.1.1 Vorstellung der Vorgehensweise.....	23
4.1.2 Vergleich mit verwandten multivariaten Analyseverfahren.....	27
4.2 Positionierung der Business Schools mit Co-plot.....	29
4.2.1 Datenbasis und Methodik.....	29
4.2.2 Darstellung der Co-plot Ergebnisse.....	31
4.2.2.1 Analyse und Interpretation der Co-plot Ergebnisse.....	31
4.2.2.2 Verifikation der Co-plot Ergebnisse durch Analyse der t- und F-Werte.....	40
4.2.3 Vergleich der Co-plot Ergebnisse mit den Ergebnissen einer Clusteranalyse....	43
<b>5 Kritische Betrachtung der durchgeführten Untersuchung.....</b>	<b>48</b>
5.1 Kritische Betrachtung des theoretischen Erklärungsansatzes zur Positionierung von Business Schools.....	48
5.2 Kritische Betrachtung des verwendeten multivariaten Analyseverfahrens.....	49
<b>6 Zusammenfassung.....</b>	<b>51</b>