

Syllabus

Course description

Course title	Quantitative Methods in Management
Course code	30190
Scientific sector	SECS-S/06
Degree	Tourism, Sport and Event Management
Semester and academic year	2nd Semester, 2024/2025
Year	3rd study year
Credits	6
Modular	NO

Total lecturing hours	36
Total lab hours	0
Total exercise hours	0
Attendance	Strongly suggested, but not required.
Prerequisites	Mathematics for Economists TSE and Statistics TSE (or equivalents) are strongly recommended.
Course page	

Specific educational objectives	<p>The course refers to the basic educational activities chosen by the student and belongs to the scientific area of Statistics-Mathematics.</p> <p>The course gives a general overview of scientific contents with respect to quantitative models and methods in management sciences.</p> <p>The students should</p> <ul style="list-style-type: none"> • acquire an overview of different types of quantitative models such as linear/nonlinear, continuous/discrete, deterministic/random, optimization/game theoretic, • acquire an overview of different potential applications of such models such as logistics, planning, social media analysis, marketing strategies and tourism economics, • become able to use online and offline tools to (approximately) solve simplified versions of such models and draw conclusions on management strategies, • become able to detect such models in the relevant literature and discuss structural/conceptual properties, • develop a basic understanding of managerial decision making based on quantitative models in areas such as logistics, planning, social media analysis, marketing strategies and tourism
--	---

	economics.
--	------------

Lecturer	TO BE DEFINED
Scientific sector of the lecturer	SECS-S/06
Teaching language	German
Office hours	
Lecturing assistant	-
Teaching assistant	-
Office hours	-
List of topics covered	<p>Topics covered:</p> <ul style="list-style-type: none"> • structural properties of quantitative models such as linear/nonlinear, continuous/discrete, deterministic/random, optimization/game theoretic, static/dynamic, • linear programming models as a standard model in economics and management, • discrete models and their applications to route planning, task assignment, influence maximization in social media, • in particular, models from graph theory and their relevance in managerial decision making, • ranking models for decision making based on relations, • models with uncertainty and basics on decision making under uncertainty, • available solvers and their usages for the models above, • interpretation and evaluation of solutions and their impact to (social media) marketing, economic and managerial decision making, discussion of model selection.
Teaching format	

Learning outcomes	<p>Knowledge and understanding</p> <ul style="list-style-type: none"> • of different types of quantitative models in management, • of basic solution and decision-making procedures for selected models. <p>Applying knowledge and understanding</p> <ul style="list-style-type: none"> • from basic courses in mathematics and statistics, in particular relations, functions, linear algebra, optimization techniques and random variables, • from (social media) marketing, economics and managerial decision problems/making. <p>Making judgments</p> <ul style="list-style-type: none"> • with respect to the outcome for decision making of
--------------------------	--

	<p>solutions of the discussed models,</p> <ul style="list-style-type: none"> • on the impact on the concrete managerial problems in areas such as logistics, planning, social media analysis, marketing strategies and tourism economics, • with respect to assumptions underlying the modeling procedure. <p>Communication skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • require basic knowledge of vocabulary for quantitative decision making for management problems, • ability to understand and communicate essentials of references on the topics of the course, • present results/summaries in oral/written form. <p>Learning skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop skills for analyzing quantitative models with respect to structural properties, • develop skills for critical evaluation of results of modeling procedures, • develop skills for understanding and summarizing relevant literature.
--	---

Assessment	
Assessment language	German
Evaluation criteria and criteria for awarding marks	
Required readings	
Supplementary readings	

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Quantitative Methoden im Management
Code der Lehrveranstaltung	30190
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung	SECS-S/06
Studiengang	Tourism, Sport and Event Management
Semester und akademisches Jahr	2. Semester, 2024/2025
Studienjahr	3. Studienjahr
Kreditpunkte	6
Modular	Nein

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	36
Gesamtzahl der Laboratoriumsstunden	0
Gesamtzahl der Übungsstunden	0
Anwesenheit	Die Teilnahme wird sehr empfohlen, ist aber nicht Pflicht. Die Vorlesungen werden in TEAMS aufgezeichnet.
Voraussetzungen	
Link zur Lehrveranstaltung	

Spezifische Bildungsziele	<p>Die Lehrveranstaltung ist den grundlegenden Bildungstätigkeiten nach Wahl der Studierenden zuzuordnen und gehört dem Fachbereich Statistik-Mathematik an.</p> <p>Der Kurs gibt einen allgemeinen Überblick über wissenschaftlichen Inhalt, quantitative Modelle und Methoden in den Management-Wissenschaften betreffend.</p> <p>Die Studierenden sollen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • einen Überblick über verschiedene Typen von quantitativen Modellen wie linear/nichtlinear, stetig/diskret, deterministisch/zufällig, optimierungstechnisch/spiel-theoretisch erwerben, • einen Überblick über verschiedene mögliche Anwendungen solcher Modelle in Logistik, Planung, Social Media Analyse, Marketing-Strategien, und Tourismuswirtschaft erwerben, • in die Lage versetzt werden, online und offline Werkzeuge zur (approximativen) Lösung
----------------------------------	--

	<p>vereinfachter Versionen solcher Modelle zu lösen und Schlussfolgerungen bzw. Managementstrategien zu ziehen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • in die Lage versetzt werden, solche Modelle in der relevanten Literatur zu finden und bzgl. ihrer strukturellen/konzeptionellen Eigenschaften zu diskutieren, • ein grundlegendes Verständnis für Entscheidungsfindung im Management basierend auf quantitativen Modellen in Gebieten wie Logistik, Planung, Social Media Analyse, Marketing Strategien und Tourismuswirtschaft erwerben.
--	--

Dozent	ZU DEFINIEREN
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich des Dozenten	SECS-S/06
Unterrichtssprache	Deutsch
Sprechzeiten	
Beauftragter für Übungsstunden	-
Didaktischer Mitarbeiter	-
Sprechzeiten	-
Auflistung der behandelten Themen	<p>Behandelte Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • strukturelle Eigenschaften von quantitativen Modellen wie linear/nichtlinear, stetig/diskret, deterministisch/zufällig, optimierungstechnisch/spieltheoretisch, statisch/dynamisch, • lineare Optimierungsmodelle als Standardmodelle in Ökonomie und Management • diskrete Modelle und ihre Anwendung auf Routenplanung, Zuweisungsprobleme, Influence Maximierung in Social Media • im Besonderen, Modelle der Graphentheorie und ihre Relevanz für Entscheidungsfindung im Management, • Ranking Modelle für Entscheidungsfindung basierend auf Relationen, • Modelle mit Unsicherheit und Grundlagen der Entscheidungsfindung unter Unsicherheit, • verfügbare Solver und ihre Benutzung zur Lösung der o.g. Modelle, • Interpretation und Bewertung der Lösungen und ihr Einfluss auf (Social Media) Marketing, Ökonomie und Entscheidungsfindung im Management; Diskussion der Modellauswahl.
Unterrichtsform	

Erwartete Lernergebnisse	
---------------------------------	--

	<p>Wissen und Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • von verschiedenen Typen von quantitativen Modellen im Management, • von grundlegenden Lösungsverfahren und Entscheidungsfindungsmethoden für ausgewählte Modelle. <p>Anwenden von Wissen und Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> • von Grundlagen aus Kursen in Mathematik und Statistik, speziell von Relationen, Funktionen, Linearer Algebra, Optimierungstechniken und Zufallsvariablen, • von Social Media Marketing und Entscheidungsproblemen/-findung im Management, <p>Urteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> • bzgl. der Auswirkungen der Lösungen der Modelle auf die Entscheidungsfindung, • bzgl. des Einfluss' der konkreten Managementprobleme in Gebieten wie in Logistik, Planung, Social Media Analyse, Marketing-Strategien, und Tourismuswirtschaft, • bzgl. der Voraussetzungen, die dem Modellierungsprozess zu Grunde liegen. <p>Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundwissen über das Vokabular für Entscheidungsfindung im Management erwerben, • Die Fähigkeit, Kernideen von Referenzen im Gebiet des Kurses zu verstehen und zu kommunizieren, • Resultate und Zusammenfassungen in mündlicher und schriftlicher Form präsentieren. <p>Lernstrategien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fertigkeiten zur Analyse von quantitativen Modellen bzgl. strukturellen Eigenschaften entwickeln, • Fertigkeiten zur kritischen Bewertung von Resultaten von Modellierungsprozessen entwickeln, • Fertigkeiten zum Verstehen und zusammenfassenden Wiedergeben von relevanter Literatur entwickeln.
--	---

Art der Prüfung	
Prüfungssprache	
Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung	

Pfichtliteratur	
Weiterführende Literatur	