Modulbeschreibung, verfügbar in: DE

International Business

Allgemeine Angaben

Anzahl ECTS-Credits

3

Modulkürzel

TSM_Business

Gültig für akademisches Jahr

2019-20

Letzte Änderung

2018-11-08

Modul-Koordinator/in

Christian Hauser (FHO, christian.hauser@htwchur.ch)

Erläuterungen zu den Sprachdefinitionen je Standort:

- Der Unterricht findet in der unten definierten Sprache je Standort/Durchführung statt.
- Die Unterlagen sind in den unten definierten Sprachen verfügbar. Bei Mehrsprachigkeit, siehe prozentuale Verteilung (100% = komplette Unterlagen)
- Die Prüfung ist in jeder je Standort/Durchführung angekreuzten Sprache zu 100% verfügbar.

	Berne	Lausanne			Lugano	Zurich		
Unterricht							**X** D 100%	
Dokumentation							**X** D 50%	**X** E 50%
Prüfung							**X** D 100%	

Modulkategorie

TSM Technisch-wissenschaftliche Vertiefung

Lektionen

2 Lektionen und 1 Übungslektion pro Woche

Eintrittskompetenzen

Vorkenntnisse, Eingangskompetenzen

Keine besonderen Voraussetzungen

Kurzbeschreibung der Inhalte und Ziele

Das Modul zeigt den Studierenden auf, inwiefern sich die Rahmenbedingungen auf ausländischen Märkten vom Heimmarkt unterscheiden können. Es erläutert, wieso Unternehmen international tätig werden, welche Voraussetzungen sie zur Internationalisierung mitbringen müssen, wie der Internationalisierungsprozess verläuft und wie Produkte international vermarktet werden. Das Modul vermittelt, inwiefern sich Kulturen unterscheiden und welchen Einfluss kulturelle Unterschiede auf die internationale Zusammenarbeit ausüben.

Ziele, Inhalte, Methoden

Lernziele und zu erwerbende Kompetenzen

1. Die Studierenden kennen die wichtigsten wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen, technologischen und natürlichen Rahmenbedingungen und verstehen deren Bedeutung für die internationale Unternehmenstätigkeit
2. Die Studierenden kennen die Voraussetzungen zur Internationalisierung und sind in der Lage, die Internationalisierungsbereitschaft eines Unternehmens einzuschätzen
3. Die Studierenden verstehen den Prozess der Internationalisierung von Unternehmen, kennen die dabei auftretenden Fragestellungen und sind in der Lage, diese fundiert zu beantworten
4. Die Studierenden wissen, wie Produkte international vermarktet werden und können einen international ausgerichteten Marketing Mix gestalten
5. Die Studierenden sind sich der kulturellen Bestimmtheit des eigenen und fremden Handelns bewusst und können ihr Wissen in beruflichen Situationen einsetze

Modulinhalt mit Gewichtung der Lehrinhalte

Das Modul behandelt das Thema International Business auf drei Ebenen:

1. Internationales Umfeld: Basierend auf dem St. Galler Management-Modell und dem Environmental Analysis Framework von Austin befasst sich das erste Teilmodul mit den wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen, technologischen und natürlichen Rahmenbedingungen des International Business im 21. Jahrhundert.
2. Internationales Geschäft: Das zweite Teilmodul beschäftigt sich mit dem Internationalisierungsprozess von Unternehmen. Es vermittelt, aus welchen Motiven Unternehmen international tätig werden, über welche Voraussetzungen sie verfügen müssen, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können, wie Unternehmen ausländische Zielmärkte auswählen, wie sie in die Märkte eintreten und wie sie ihre Produkte international vermarkten.
3. Internationale Zusammenarbeit: Das dritte Teilmodul unterstützt die Studierenden in der Entwicklung ihrer interkulturellen Handlungskompetenz. Es zeigt, wie sich die kulturelle Sozialisation auf das eigene Handeln auswirkt und wie eine produktive interkulturelle Zusammenarbeit gestaltet werden kann.

Lehr- und Lernmethoden

Die theoretischen Inhalte werden den Studierenden in kurzen Präsentationen vorgestellt und durch Beispiele veranschaulicht. In Gruppenworkshops wenden die Studierenden ihre neu erworbenen Kenntnisse auf die Problemstellungen einer integrativen Fallstudie an. Zum Einsatz kommen auch handlungsorientierte Übungen. Parallel zum Unterricht lesen die Studierenden ein Lehrbuch, das die besprochenen Themen weiter vertieft.

Bibliografie

Pflichtlektüre (vor Semesterbeginn beschaffen):

- Ammann P., Lehmann R., van den Bergh S., Hauser C., Going International - Methoden und Konzepte zur Erschliessung ausländischer Märkte, Versus Verlag, 2012.

Vertiefende Literatur (wahlweise):

- Austin, J. E. (1990): Managing in developing countries
- Dunning, J. H. (2001): The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production. Past, Present and Future; in: International Journal of the Economics of Business; Vol. 8 Issue 2, S 173-190.
- Johanson, J.; Vahlne, J.-E. (2002): The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments; in: JIBS. Journal of International Business Studies, S. 1-44.
- Rüegg-Stürm, J. (2003): Das neue St. Galler Management-ModellLehmann R., Die Exportfitness von KMU, in: KMU Magazin, Nr. 9, 2011
- Thomas, A., Kinast, E. & Schroll-Machl, S. (Hrsg.) (2007): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Grundlagen und Praxisfelder.
- Thomas, A., Kinast, E. & Kammhuber, S. (Hrsg.) (2007): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit.
- Chhokar, Jagdeep Singh; Brodbeck, Felix C.; House, Robert J. (2007) Culture and leadership across the world. Lawrence Erlbaum.

Bewertung

Zulassungsbedingungen

Modul verwendet Zulassungsbedingungen

Zulassungsbedingungen für die Modulabschlussprüfung (Testatbedingungen)

Aktive Beteiligung am Unterricht (schriftliche Abmeldung beim Dozenten, falls eine Veranstaltung nicht besucht werden kann).
Bearbeitung einer realen Fallstudie im Selbststudium, Bewertung der Falllösungen zählt 30% zur Modulnote

Grundsatz Prüfungen

Grundsätzlich werden alle regulären Abschlussprüfungen in schriftlicher Form durchgeführt. Bei den Wiederholungsprüfungen teilen die Dozierenden das Prüfungsformat (schriftlich/mündlich) zusammen mit dem Prüfungsplan mit.

Reguläre Modulschlussprüfung und schriftliche Wiederholungsprüfung

Art der Prüfung

Schriftliche Prüfung

Prüfungsdauer

120 Minuten

Erlaubte Hilfsmittel

Ohne Hilfsmittel

Spezialfall: Wiederholungsprüfung als mündliches Examen

Art der Prüfung

Mündliche Prüfung

Prüfungsdauer

30 Minuten

Erlaubte Hilfsmittel

Ohne Hilfsmittel