

Kurs: Cross-cultural and Gender Aspects of Business

| | |
|--|--|
| Dozent(in) | Prof. Dr. Isabel Vollmuth |
| Teilnahmevoraussetzungen | Formal: keine |
| | Inhaltlich: keine |
| Prüfungsleistung | Präsentation/Presentation (approx. 20 min.) |
| Prüfungsvorleistung | keine |
| Bewertung der Prüfungsleistung | endnotenbildend |
| Bestehenserblich | ja |
| Qualifikationsziele / Lernergebnisse | <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben vertiefte landeskundliche Kenntnisse: UK, USA, sowie weitere ausgewählte Kulturen, dabei Aufgreifen aktueller Ereignisse aus dem wirtschaftlichen / politischen Leben der jeweiligen Länder • Die Studierenden erlernen Basiselemente und Dimensionen interkultureller Wirtschaftskommunikation und verschiedener Managementstile • Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse zu den Themen Gender, Gleichberechtigung und Vielfalt im internationalen wirtschaftlichen Kontext • Die Studierenden erwerben ein Bewusstsein für die Bedeutung von Diversität und interkulturellen Zusammenhängen als Basis für eigenes kommunikatives Handeln • Die Studierenden verfeinern ihre Englischkenntnisse als Möglichkeit der eigenen Persönlichkeitsentwicklung und kulturellen Horzonterweiterung |
| Qualification objectives/ Learning outcomes | <ul style="list-style-type: none"> • Students deepen their knowledge in area studies: UK, USA and other selected cultures, including current events from the respective countries' economic and political life • Students acquire basic elements and dimensions of intercultural business communication and different management styles • Students enhance their knowledge on the topics of gender, equality and diversity in international business contexts • Students gain an awareness of the significance of diversity and intercultural relationships as a basis for their own communicative action • Students fine-tune and improve their English language skills in order to encourage their self-development and broaden their cultural horizons |

| | |
|------------------------|---|
| <p>Inhalte</p> | <p>In diesem Kurs werden Begriffe wie Kultur, Stereotyp und Gender erarbeitet und deren Auswirkungen auf die Geschäftskulturen verschiedener Länder analysiert. Die Einbindung der interkulturellen Vorerfahrungen der Teilnehmenden wird dabei eine wichtige Rolle spielen.</p> <p>Wir betrachten u.a. den aktuellen Status Quo von Frauen im Management deutschlandweit und international. Darüber hinaus interessieren uns Inszenierungen von Männlichkeit und Weiblichkeit, und wir versuchen Verhaltensmuster von Frauen und Männern zu verstehen (etwa bei Gehaltsverhandlungen, Stichworte <i>gender pay gap, glass ceiling, affirmative action</i>).</p> <p>Auf dieser Basis analysieren wir ausgewählte internationale Geschäftskulturen im Hinblick auf ihre Genderperformance.</p> <p>Die Auswertung wissenschaftlicher Texte, Filmmaterial oder statistischer Daten wird dabei dem Ziel dienen, größtmögliche Authentizität herzustellen. Da etliche dieser Quellen aus dem anglo-amerikanischen Sprachraum stammen, wird der Kurs in englischer Sprache stattfinden. Die Studierenden erhalten somit Gelegenheit, ihre englischen Sprachkenntnisse aufzufrischen und zu erweitern.</p> <p>Die sprachlichen und berufsrelevanten Fertigkeiten bzw. inhaltlichen Bereiche werden integrativ vermittelt und anwendungsbezogen geübt, u.a. durch Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit, Rollenspiele, Fallstudien, visuelle Impulse und Podiumsdiskussionen.</p> |
| <p>Contents</p> | <p>In this course, we will explore terms such as culture, stereotype and gender and analyze their impact on the specific business cultures of various countries. In doing so, we will draw on the participants' own previous experiences.</p> <p>We will look e.g. into the current status quo of women in management positions in Germany and globally. Furthermore, we are interested in displays of masculinity and femininity. Our goal is to better understand behavioral patterns of women and men (e.g. in salary negotiations, keywords: gender pay gap, glass ceiling, affirmative action).</p> <p>Based on the above, we would like to analyze selected international business cultures in regards to their gender performance.</p> <p>The evaluation and analysis of scientific texts, films and statistical data will serve the purpose of creating maximum authenticity. Due to the fact that a number of these sources originate from the Anglo-American language area, this course will be taught in English. Therefore, students will be given the opportunity to brush up and broaden their English language knowledge and skills.</p> <p>Linguistic and business skills as well as subject areas will be taught in an integrated way and applied practically, e.g. via individual, partner and group work, role play, case studies, visual aids and panel discussions.</p> |
| <p>Medien</p> | <p>Tafel, Flipchart, Pinnwand, Visualizer, CD-Player, Beamer mit Laptop</p> |

| | |
|------------------|---|
| Literatur | <p>Beaufays, S.; A. Engels, H. Kahlert (Hgg.) (2012): <i>Einfach Spitze? Neue Geschlechterperspektiven auf Karrieren in der Wissenschaft</i>. Frankfurt a.M.: Campus</p> <p>Blossfeld, H.-P.; S. Drobnic (2001): <i>Careers of Couples in Contemporary Society: From Male Breadwinner to Dual Earner Families</i>. Oxford: Oxford University Press</p> <p>Boes, A. et al. (Hgg.) (2011): <i>Strukturen und Spielregeln in modernen Unternehmen und was sie für Frauenkarrieren bedeuten (können). Arbeitspapier des Projekts „Frauen in Karriere“</i> (http://www.frauen-in-karriere.de/cms/upload/frauen-in-karriere/arbeitspapiere/Frauen_in_Karriere_AP2.pdf)</p> <p>Bosewitz, R. et al (2004): <i>Business across Cultures</i>. Reinbek: Rowohlt</p> <p>Cornelißen, W., A. Rusconi, R. Becker (2011): <i>Berufliche Karrieren von Frauen. Hürdenläufe in Partnerschaft und Arbeitswelt</i>. Wiesbaden: VS-Verlag</p> <p>Dignen, B. (2011): <i>Communicating Across Cultures</i>. Cambridge: Cambridge University Press</p> <p>Evans, G. (2001): <i>Play Like a Man, Win Like a Woman: What Men Know About Success that Women Need to Learn</i>. New York: Crown Business</p> <p>Flett, C. V. (2008): <i>What Men Don't Tell Women About Business: Opening Up the Heavily Guarded Alpha Male Playbook</i>. New Jersey: Wiley & Sons</p> <p>Frankel, L. P. (2004): <i>Nice Girls Don't Get The Corner Office: 101 Unconscious Mistakes Women Make That Sabotage Their Careers</i>. New York: Business Plus</p> <p>Gibson, R. (2000): <i>Intercultural Business Communication</i>. Berlin: Cornelsen.</p> <p>Goleman, D. (1996): <i>Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ</i>. London: Bloomsbury.</p> <p>Sandberg, S. (2013): <i>Lean in: Women, Work, and the Will to Lead</i>. New York: Verlag Knopf</p> <p>Trompenaars, F., Hampden-Turner, C. (1997): <i>Riding the Waves of Culture; Understanding Cultural Diversity in Business</i>. Chichester: Wiley & Sons.</p> <p>Trompenaars, F., Hampden-Turner, C. (2004): <i>Managing People Across Cultures</i>. Chichester: Wiley & Sons.</p> <p>Wippermann, C. (2010): <i>Frauen in Führungspositionen. Barrieren und Brücken. Sinus Sociovision im Auftrag des BMFSFJ</i> (http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/frauen-in-f_C3_BChrungspositionen-deutsch.property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf)</p> |
|------------------|---|