

Kurs: Fundamentals of International Business

Dozent(in)	Dr. Can Ali Calhan
Veranstaltungssprache	Englisch
Teilnahmevoraussetzungen	Formal: keine
	Inhaltlich: regelmäßiger Besuch der Veranstaltung erforderlich; gute Englischkenntnisse
Prüfungsleistung	ELN auf der Basis einer Studienarbeit (70 %) mit Präsentation (30 %)
Prüfungsvorleistung	keine
Bewertung der Prüfungsleistung	endnotenbildend
Bestehenserblich	ja
Qualifikationsziele / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sind zum Wesen und zum Inhalt eines internationalen Managements herangeführt worden.</p> <p>Die Studierenden haben im Überblick die Bedeutung, Prozess und Entscheidungstatbestände des Internationalen Management kennengelernt.</p> <p>Sie sind nach erfolgreichem Abschluss in der Lage, die erhöhte Komplexität eines international ausgerichtetes Managements strukturiert zu erkennen und auf dieser Grundlage methodenadäquat damit umzugehen. Sowohl die Kenntnis über Umweltfaktoren als auch die Kenntnis recht komplexer Strategieoptionen erlaubt es den Studierenden, sich in der beruflichen Praxis im internationalen Kontext kompetent zu bewegen.</p>
Qualification objectives/ Learning outcomes	<p>The students have been introduced to the character and content of international management.</p> <p>The students have gained an overview of the importance, process and decision areas of international management.</p> <p>After passing the course, they are in a position to come to grips with the increased complexity of internationally focused management and, using this as a basis, deal with it in a sufficiently methodological manner. By using a knowledge of environmental factors and of quite complex strategic options, the student is able to operate competently on the international scene.</p>

<p>Inhalte</p> <p>Contents</p>	<p>1 Introduction to international business 1.1 Patterns and trends in international business 1.2 Globalisation</p> <p>2 The international business environment 2.1 Political and legal environment 2.2 Technological environment 2.3 Economic environment 2.4 Ecological and ethical environment 2.5 Socio-cultural environment</p> <p>3 Introduction to cross-cultural management 3.1 National cultural characteristics 3.2 Cultural impacts on international business 3.3 Developing intercultural competence</p> <p>4 International strategic issues 4.1 Strategy definitions 4.2 Developing strategic competitive advantages 4.3 Basic techniques for strategic analysis 4.4 International business strategies – from SMEs to MNEs</p> <p>5 Important international market entry modes (going international) 5.1 Export-based methods 5.2 Non-equity (contractual) based methods 5.3 Equity-based methods</p> <p>6 Aspects of being international 6.1 Basics of international organisation: management of subsidiaries 6.2 Basics of international project management 6.3. Basics of international human resource management</p>
<p>Medien</p>	<p>Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart, Pinnwand, Fallstudien</p>
<p>Literatur</p>	<p>Wall, Stuart / Minocha, Sonal / Rees, Bronwen: International Business, FT/Prentice Hall/Pearson, 3rd ed., 2010; (main source);</p> <p>Duelfer Eberhard/ Joestingmeier, Bernd, International Management in Diverse Cultural Areas, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2nd edition, 2011;</p> <p>Glowik Mario, Market Entry Strategies, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2009;</p> <p>Schneider Susan C./ Barsoux Jean-Louis, Managing across cultures, FT Prentice Hall, 2nd edition, 2003</p>