

<b>International Management</b>								Modulnummer:											
<i>International Management</i>																			
Bachelor				Zugeordnet zu Masterprofil															
Pflicht/Wahl <input checked="" type="checkbox"/>				Sicherheit und Qualität (SQ) <input type="checkbox"/>															
Wahl <input type="checkbox"/> Basis <input type="checkbox"/> Ergänzung <input type="checkbox"/>				KI, Kognition, Robotik (KIKR) <input type="checkbox"/>															
Sonderfall <input type="checkbox"/>				Digitale Medien und Interaktion (DMI) <input type="checkbox"/>															
Modulbereich: Mathematik und Theoretische Informatik																			
Modulteilbereich: (keine Angabe)																			
Anzahl der SWS		V	UE	K	S	Prak.	Proj.	$\Sigma$	Kreditpunkte: 6	Turnus jährlich (SoSe)									
		0	0	0	2	0	0	2											
Formale Voraussetzungen: Keine																			
Inhaltliche Voraussetzungen: -																			
Vorgesehenes Semester: ab 1. Semester																			
Sprache: Englisch																			
Ziele: Die Studenten entwickeln ein theoretisches Verständnis über den Internationalisierungsprozess von Unternehmen, die verschiedenen Markteintrittsmöglichkeiten sowie die verschiedenen Methoden und Formen der grenzüberschreitenden Organisation. Zudem lernen die Studenten unternehmerische Grundlagen für das Management internationaler Aktivitäten und können die geografische Verteilung und Heterogenität von multinationalen Unternehmen einschätzen.																			
Inhalte: Dieser Kurs beschäftigt sich mit dem Prozess der Internationalisierung von Unternehmen und den daraus resultierenden Anforderungen für das Management. Dabei fungiert er als Gegenstück zum Kurs International Business Environment, der sich mit den aus der veränderten Geschäftsumgebung resultierenden Kosten der Internationalisierung befasst. Diese Kosten umfassen die physischen Kosten der Entfernung (z.B. Transport), denen internationale Unternehmen ausgesetzt sind, aber auch den Kosten, die sich aus unterschiedlichen institutionellen Strukturen, politischen und sozialen Traditionen sowie unterschiedlichen wirtschaftlichen und sozialen Zielen der Gastländer ergeben. In diesem Kurs werden daher die strategischen Handlungsoptionen der multinationalen Unternehmen betrachtet und wir untersuchen die Motive für die Internationalisierung, die unterschiedlichen Einstiegsmöglichkeiten sowie die organisatorischen und strategischen Veränderungen, die durch die internationale Expansion ausgelöst werden.																			
Unterlagen (Skripte, Literatur, Programme usw.):																			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cavusgil, S. Tamer (2017): International Business: The New Realities, Global Edition. 4th Edition, Pearson International</li> </ul>																			
Form der Prüfung: i.d.R. Klausur oder Portfolio																			
Arbeitsaufwand		<table border="0"> <tr> <td>Präsenz</td> <td>28 h</td> </tr> <tr> <td>Vor- und Nachbereitung</td> <td>70 h</td> </tr> <tr> <td>Selbstlernstudium</td> <td>56 h</td> </tr> <tr> <td>Prüfungsvorbereitung</td> <td>26 h</td> </tr> <tr> <td><u>Summe</u></td> <td><u>180 h</u></td> </tr> </table>								Präsenz	28 h	Vor- und Nachbereitung	70 h	Selbstlernstudium	56 h	Prüfungsvorbereitung	26 h	<u>Summe</u>	<u>180 h</u>
Präsenz	28 h																		
Vor- und Nachbereitung	70 h																		
Selbstlernstudium	56 h																		
Prüfungsvorbereitung	26 h																		
<u>Summe</u>	<u>180 h</u>																		
Lehrende: Prof. S. Lundan, PhD					Verantwortlich: Prof. S. Lundan, PhD														