

Internationale Unternehmensführung

International Business

Veranstaltungsnummer | 82-021-IM02-S-VL-0507.20152.001

Abschluss des Studiengangs | Bachelor

Semester | Winter

Kurstyp | Vorlesung/Übung

Teilnehmerbeschränkung | Keine

Anrechenbar für | Wahlpflicht

Unterrichtsstunden | 4 SWS

Leistungspunkte | 5 ECTS

Sprache | Englisch

Verantwortlicher Lehrstuhl | ABWL und Internationales Management

Referent/en | Prof. Dr. Katja Gelbrich, Sarah Voigt

Lernziele/Kompetenzen

Nach erfolgreicher Beendigung der Veranstaltung können die Studierenden verstehen, wie Unternehmen erfolgreich auf internationalen Märkten agieren. Studierende können die Globalisierung von Märkten und die Gründe für die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit von Firmen beschreiben. Darüber hinaus erlangen die Teilnehmer die Kompetenz, die Rahmenbedingungen zu beurteilen, welche multinationale Unternehmen auf Auslandsmärkten vorfinden. Dazu gehören das ökonomische, finanzielle, rechtliche, politische und kulturelle Umfeld der jeweiligen Zielmärkte.

Die Studierenden erwerben dann Techniken, um Auslandsmärkte systematisch zu evaluieren und eine angemessene Markteintrittsstrategie zu wählen. Schließlich erlangen sie Kenntnisse darüber, wie multinationale Unternehmen ihre Wertschöpfungsaktivitäten auf Auslandsmärkten ausgestalten. Dazu gehören Strategie und Organisation, Personalmanagement und Finanzmanagement.

In der begleitenden Übung entwickeln die Studierenden mit Hilfe von Fallstudien die Fähigkeit, das internationale Umfeld strukturiert zu analysieren und geeignete Handlungsempfehlungen für die Praxis abzuleiten. Darüber hinaus werden sie in die Lage versetzt, ihre Präsentations- und Diskussionsfähigkeiten zu verbessern. Nach Abschluss des Kurses verfügen sie somit über die fachliche und soziale Kompetenz, Entscheidungen zur Internationalisierung in der Unternehmenspraxis souverän zu meistern.

Kursinhalt

- Globalisierung von Märkten
- Internationalisierung der Geschäftstätigkeit von Firmen
- Ökonomische und finanzielle Rahmenbedingungen
- Rechtliche, politische und kulturelle Rahmenbedingungen
- Bewertung von Auslandsmärkten
- Markteintrittsstrategien
- Internationale Strategie und Organisation
- Internationales Personalmanagement
- Internationales Finanzmanagement

Lehr-/Lernformen

- Vorlesung
- Übung

Prüfungsmodalitäten

- Klausur (1,5 h) zu den Inhalten der Vorlesung (ca. 70%) und der Übung (ca. 30%).

Erläuterung der Prüfungsmodalitäten

- In der Klausur werden mehrere kleine Aufgaben zu den Vorlesungs- und Übungsinhalten gestellt, die schriftlich (zumeist stichpunktartig) zu beantworten sind.

Arbeitsaufwand (in Stunden)

22,5 h = Präsenzzeit Vorlesung

28 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung

22,5 h = Präsenzzeit Übung

14 h = Vor- und Nachbereitung Übung
63 h = Prüfungsvorbereitung
150 h = Arbeitsaufwand gesamt

Empfohlene Vorkenntnisse/Voraussetzung laut Prüfungsordnung

- Grundkenntnisse auf dem Gebiet der Unternehmensführung und des Marketing.

Literatur

- Cavusgil, T. S.; Knight, G.; Riesenberger, J. R. (2017): International Business: The New Realities, 4th Ed., Pearson.
- Wild, J. J.; Wild, K. L. (2014): International Business. The Challenges of Globalization, 7th Ed., Boston, Pearson.

International Business

Internationale Unternehmensführung

Course Number | 82-021-IM02-S-VL-0507.20152.001

Degree | Bachelor

Semester | winter term

Course Type | Lecture/exercise

Participation Limit | None

Course Category | Mandatory

Contact Hours | 4 SWS

Number of Credits | 5 ECTS

Language | English

Chair | ABWL und Internationales Management

Lecturer | Prof. Dr. Katja Gelbrich, Sarah Voigt

Learning Outcomes

After successful completion of the course, students can understand how firms successfully operate in international markets. They can describe the globalization of markets as well as the reasons why firms internationalize. Then, participants gain the competence to assess the environment of international business operations, that is, the economic, financial, legal, political, and cultural environment in foreign markets.

Students acquire knowledge about techniques how to use this information for international market assessment and for choosing the appropriate entry mode. Finally, students are enabled to understand how firms organize their international value chain activities including strategy and organization, human resource management, and financial management.

Based on case studies, students acquire the capability to analyze the international environment in a structured way, and to derive recommendation for managers in the adjunct tutorial. Further, they improve their presentation and argumentation skills. Upon completion of the course, students have the expertise as well as social competence to handle decisions regarding the internationalization process of firms.

Course Content

- Globalization of markets
- Internationalization of firms
- Economic and financial environment
- Legal, political, and cultural environment
- International market assessment
- Entry modes
- International strategy and organization
- International human resource management
- International financial management

Teaching Methods

- Lecture
- Tutorial

Grading

- Final exam (1,5 h) on the lecture (~70%) and on tutorial (~30%).

Assessment criteria in detail

- For the written exam, students answer a number of questions. The answers have to be written down in a brief way (e.g., using keywords).

Average Workload

22,5 h = Time of attendance lecture

28 h = Preparation and postprocessing lecture

22,5 h = Time of attendance tutorial

14 h = Preparation and postprocessing tutorial

63 h = Exam preparation

150 h = Total workload

Previous Knowledge/Prerequisites

- Basic knowledge in Business Administration and Marketing.

Readings

- Cavusgil, T. S.; Knight, G.; Riesenberger, J. R. (2017): International Business: The New Realities, 4th Ed., Pearson.
- Wild, J. J.; Wild, K. L. (2014): International Business. The Challenges of Globalization, 7th Ed., Boston, Pearson.