

Internationalisierung digitaler Unternehmen

Modultitel	Internationalisierung digitaler Unternehmen
Modultitel Englisch	Internalization of Digital Firms
Modulnummer	88-021-IM10-H-0625
Niveau	Mastermodul
Turnus des Angebots	WiSe
Geberstudiengang	Betriebswirtschaftslehre M.Sc.
Institutionelle Verankerung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Beteiligte Fachgebiete	ABWL und Internationales Management
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katja Gelbrich
Leistungspunkte ECTS-Punkte	5 ECTS-Punkte

Kompetenzen:

- *Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses erhalten die Studierenden Einblicke in verschiedene Arten digitaler Unternehmen, nämlich reine Digitalunternehmen (z.B. Netflix, Zoom, ChatGPT) und digitale Plattformen (z.B. Vinted, HelloFresh), einschließlich ihrer Gewinnmodelle. Die Studierenden lernen, wie sich die Internationalisierungsstrategien reiner Digitalunternehmen und digitaler Plattformen unterscheiden können.*
- *Die Teilnehmenden erwerben die Kompetenz, strategische Entscheidungen digitaler Unternehmen, die eine Internationalisierung anstreben, zu verstehen und anzuwenden. Sie lernen Techniken zur Bewertung ausländischer Märkte kennen (z.B. in Bezug auf digitale Infrastruktur, Zugang zu Kund:innen und Komplementoren, sowie wirtschaftliche, rechtliche und kulturelle Attraktivität), zur Auswahl geeigneter Markteintrittsstrategien (z.B. virtuelle Präsenz und gesteuertes Ökosystem) und zur Entscheidungsfindung während des Internationalisierungsprozesses (z.B. Zeitpunkt des Markteintritts und Grad der lokalen Einbettung).*
- *Darüber hinaus erwerben die Studierenden Kompetenzen im Management von Human- und Finanzressourcen in globalen Digitalunternehmen, einschließlich Personalmanagement und finanzielles Risikomanagement.*
- *Anhand von Fallstudien digitaler Unternehmen entwickeln die Studierenden die Fähigkeit, das internationale Umfeld strukturiert zu analysieren und Handlungsempfehlungen für Manager:innen abzuleiten. In den begleitenden Tutorien üben sie die Bewertung ausländischer Märkte und entwickeln Expansionsstrategien für digitale Unternehmen in ausgewählte internationale Märkte. Zudem stärken sie ihre Präsentations- und Argumentationsfähigkeiten.*

- *Nach Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über die fachliche Expertise und soziale Kompetenz, um Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Internationalisierungsprozess digitaler Unternehmen zu treffen.*

Inhalte und Themen:

- *Definition, Typen und Gewinnmodelle digitaler Unternehmen*
- *Strategische Entscheidungen digitaler Unternehmen im internationalen Geschäft*
- *Analyse ausländischer Märkte*
- *Markteintrittsstrategien*
- *Weitere strategische Entscheidungen*
- *Internationalisierung reiner Digitalunternehmen*
- *Beispiel eines Content-Modells*
- *Beispiel eines Connection-Modells*
- *Beispiel eines KI-Agenten*
- *Internationalisierung digitaler Plattformen*
- *Beispiel einer globalen Verkaufsplattform*
- *Beispiel einer globalen Sharing-Plattform*
- *Management von Human- und Finanzressourcen in globalen Digitalunternehmen*
- *Personalmanagement*
- *Finanzielles Risikomanagement*

Formale Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme:

- *Keine*

Lehr- und Prüfungssprache:

- *Englisch*

Lehr- und Lernformen/ Lehrveranstaltungstypen:

- *Vorlesung (VL)*
- *Übung (UE)*

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

- *Grundkenntnisse in Betriebswirtschaftslehre*

Zeitaufwand/ Berechnung der ECTS-Punkte innerhalb des Moduls:

- *22,5 h = Präsenzzeit Vorlesung*
- *39 h = Vor- und Nachbereitung Vorlesung*
- *22,5 h = Präsenzzeit Übung*
- *21 h = Vor- und Nachbereitung Übung*
- *45 h = Prüfungsvorbereitung*
- *150 h = Arbeitsaufwand gesamt*

Modulnote: *Abschlussklausur (1,5 h) zu den Vorlesungsinhalten (60 %) und zu den Übungsinhalten (40%)*

Polyvalenz mit anderen Studiengängen:

Bemerkungen: