Modulkatalog

für den Studiengang

Global Management und Communication

mit ökonom. Vorstudium

(Master of Arts)

CLK80 Wirtschaftsraum China

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Die geografischen Grundlagen, die Naturräume und die Politik Chinas, Fremdbilder, China-Mythen und Stereotypen, wichtige Stationen der Geschichte Chinas, die Kultur des Alltags in China kennen. Die Entwicklung der Wirtschaft Chinas und deren Rahmenbedingungen sowie die Besonderheiten interkultureller Kommunikation kennen und den Umgang mit chinesischen Partnern erfolgreich bewältigen. Sprache: Hören: einzelne Sätze und die gebräuchlichsten Wörter verstehen, wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit und Freizeit geht und die Mitteilungen kurz und einfach sind. Lesen: einfache kurze Alltagstexte verstehen und ihnen konkrete, vorhersehbare Informationen entnehmen. Sprechen: in routinemäßigen Situationen einfache Informationen austauschen, wenn es um vertraute Themen und Tätigkeiten geht, und ein kurzes Kontaktgespräch führen. Schreiben: einfache kurze Texte schreiben. Wechselwirkungen von Sprache, Denken und Kultur verstehen.
Inhalt	**Landeskunde China** Was ist China? China als Projektionsfläche Geographische Grundlagen und Landeskunde Politik in China **Geschichte Chinas** Das 5000-jährige China Grundzüge der Geschichte Chinas von den Anfängen bis heute Die großen Philosophen, ihre Lehren und die Rolle der Religionen Chinas Eintritt in die Weltgesellschaft Politische Wirren und die Suche nach einem Neuanfang 1912 - 1927 Revolutionsmodelle im Widerstreit (1927 - 1937) und antijapanische Einheitsfront (1937 - 1945) Sieg der Roten Armee und die "Neue Demokratie" **Kultur und Alltag in China** Was ist Kultur? Grundlegende Determinanten der Gesellschaft Alltag in China **Grundlagen der chinesischen Wirtschaft** Wirtschaftsgeschichte und -geographie Ordnungspolitischer Wandel Binnenwirtschaftliche Entwicklungen Entwicklung des Dienstleistungssektors

Chinas Wirtschafts- und Sozialpolitik

Wirtschaftspolitische Entscheidungsstrukturen

Industriepolitik

Außenwirtschaftspolitik

Sozialpolitik

Chinas außenwirtschaftliche Integration

Chinas Aufstieg in der globalen Wirtschaft

Außenhandel

Direktinvestitionen

Interkulturelles Training: Interaktion zwischen Deutschen und Chinesen

Die unsichtbare Macht der Kultur

Kulturdefinition und Kulturmodelle

Kulturstandards

Interkulturelle Kompetenz

Critical Incidents - Praxisfelder in China

Dos and Don'ts - was zählt wirklich?

Türöffner zu China

Chinesisch

Chinesisch lernen

Der schnelle Überblick

Nützliche Hilfsmittel und Lernen mit dem Wörterbuch

Der Zusammenhang von Sprache, Denken und Kultur

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung des folgenden, freiwilligen Seminarmoduls, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB334M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	-
Modulbausteine	**CHI261 Studienbrief** Landeskunde China **CHI262 Studienbrief** Geschichte Chinas **CHI264 Studienbrief** Kultur und Alltag in China **CLK801 Studienbrief** Grundlagen der chinesischen Wirtschaft mit **Onlineübung** **CLK802 Studienbrief** Chinas Wirtschafts- und Sozialpolitik mit **Onlineübung**

CLK803 Studienbrief Chinas außenwirtschaftliche Integration mit **Onlineübung**

CHI265 Studienbrief Interkulturelles Training: Interaktion zwischen Deutschen und Chinesen

CHI161 Studienbrief Türöffner zu China mit **Onlineübung**

Sprachkurs Plus Chinesisch A1/A2 mit 2 Audio-CDs

Lernwörterbuch Chinesisch mit TING-Stift

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden) (70%), Assignment (30%)
Lernaufwand	325 Stunden, 13 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

ELK60 The American economy

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Grundprinzipien der amerikanischen Wirtschaft vor ihrem historischen und kulturellen Hintergrund beschreiben; Spezifika der amerikanischen Wirtschaft innerhalb marktwirtschaftlicher Strukturen identifizieren; mikro- und makroökonomische Aspekte der amerikanischen Wirtschaft benennen; Funktion von Regierung und ökonomischen Institutionen erläutern; die Rolle der USA in der Weltwirtschaft bestimmen; kontemporäre ökonomische Probleme der USA auf wissenschaftlicher Basis analysieren.
Inhalt	**The American Economy** Toward a 21th century economic agenda The market economy Government in the economy American economic institutions Competition versus monopoly The economy of externalities and the environment Health-care issues Pricing and productivity The division of income Government expenditures and taxation Economic fluctuations Economic growth Employment and unemployment The federal debt and deficit crisis The limits of monetary policy International trade International finance *Seminarempfehlung:* *Wir empfehlen Ihnen die Belegung des folgenden, freiwilligen Seminarmoduls, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:* *SB331M1* *Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.*
Voraussetzungen	Englischkenntnisse C1
Modulbausteine	**Fachbuch** Thomas, Wade L. und Robert B. Carson, The American Economy **ELK601-BH** Begleitheft zu The American Economy mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

EUL60 Wirtschaftsraum EU

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Die wirtschaftlichen Verhältnisse Deutschlands kennen; aktuelle Ereignisse in den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft und Politik hinsichtlich Bedeutung und Tragweite einordnen. Geschichte und Entwicklung des Wirtschaftsraumes Europa und der Europäischen Union kennen; die wichtigsten Organe und Funktionen der Europäischen Union beschreiben; die Rolle der EU innerhalb der globalen Wirtschaft einordnen; grundlegende mikro- und makroökonomische Prinzipien der Volkswirtschaftslehre auf aktuelle europapolitische Fragestellungen anwenden; europäische Zukunftsszenarien entwerfen.
Inhalt	**Wirtschaft und Erwerbsleben in Deutschland** Wirtschaft in Deutschland: Eine kurze Einführung in die wichtigsten Grundbegriffe Die Soziale Marktwirtschaft: Die Wirtschaftsordnung Deutschlands Der Wirtschaftsstandort Deutschland Tarifautonomie und Mitbestimmung Soziale Sicherung in Deutschland: Das System der Sozialversicherungen **Der Wirtschaftsraum Europa** Weltwirtschaftliche Rahmenbedingungen Der Europäische Wirtschaftsraum Auswirkungen der vier Grundfreiheiten **Geschichte und Entwicklung der europäischen Union** Europapläne und -initiativen bis zum Zweiten Weltkrieg Der Aufbruch zum supranationalen Europa Auf Expansionskurs – von der wirtschaftlichen zur politischen Gemeinschaft Von der „EG der Neun“ zur „EU der 28“ Aktuelle Herausforderungen **Organisation und Funktion der EU** Institutionelle Grundstruktur der Europäischen Union Zentrale Organe der Europäischen Union Sonstige Gremien und Organe Anspruch und Wirklichkeit *Seminarempfehlung:* *Wir empfehlen Ihnen die Belegung des folgenden, freiwilligen Seminarmoduls, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder*

Lehrgangs ist:

SB331M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	-
Modulbausteine	**DLK114 Studienbrief** Wirtschaft und Erwerbsleben in Deutschland mit **Einsendeaufgaben** **EUL601 Studienbrief** Der Wirtschaftsraum Europa mit **Onlineübung** **EUL602 Studienbrief** Geschichte und Entwicklung der europäischen Union mit **Onlineübung** **EUL603 Studienbrief** Organisation und Funktion der EU mit **Onlineübung** **Onlinetutorium** (2 Stunden)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Martin Knöll

ICM01 Interkulturelles Management - Grundlagen

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	Grundlagen der interkulturellen Wirtschaftskommunikation kennen; interkulturelle Kommunikation als interdisziplinäres Forschungsfeld darstellen; Problemfelder der interkulturellen Kommunikation: u. a. Globalisierung, Migration, Konfliktforschung, Tourismus kritisch diskutieren. Grundlegende Konzepte: Kulturbegriff, Kulturmodelle, Interkulturalität, Kulturtransfer, Kommunikationstheorien erläutern; Kulturuniversalien und Kulturstandards: u. a. Wahrnehmung, Zeit, Raum, Kontext, Werte, verbale und nonverbale Kommunikation darstellen; interkulturelle Interaktionsformen kennen; Grundprobleme des interkulturellen Managements auf wissenschaftlicher Basis analysieren
Inhalt	**Interkulturelle Interaktion – theoretische Grundlagen und Analyseansätze** Theoretische Grundlagen: Interkulturelle Kommunikation, Kultur und kulturelle Prägung Kulturkontrastive Ansätze: Dimensionen kultureller Unterschiede Interkulturelle Interaktion **Interkulturelle Interaktion – Praxisfelder interkulturelles Management und Training** Lernziel interkulturelle Kompetenz Interkulturelles Lernen als Weg zum Erwerb interkultureller Kompetenz Praxisfeld interkulturelles Training **Kulturtransfer – theoretische Grundlagen und Fallbeispiele aus den Praxisfeldern Medien, Werbung und Marketing** Kulturtransfer Praxisfeld Medien Praxisfeld interkulturelle Werbung und interkulturelles Marketing Kulturtransfer und Globalisierung **Fremdwahrnehmung – theoretische Grundlagen, historische Dimensionen und aktuelle Problemfelder** Begriffe, Theorierahmen und Praxisfelder der Untersuchung von Fremdwahrnehmungsformen Anthropologische und historische Dimensionen von Fremdwahrnehmungsmustern Methodische Ansätze Formen und Funktionen von Fremdwahrnehmungsmustern – die Praxisfelder Medien und Werbung

	Seminarempfehlung: *Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:* *SB510M10* *Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.*
Voraussetzungen	—
Modulbausteine	**Fachbuch** Lüsebrink, H.-J.: Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer mit **ICM101-BH Begleitheft, ICM102-BH Begleitheft, ICM103-BH Begleitheft, ICM104-BH Begleitheft** **Einsendeaufgaben** zum Modul ICM01
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

ICM60 Intercultural management - application

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Applying the basics of intercultural business communication to general economic interaction; evaluating the significance of the factor “culture” within organisations, and particularly within business organisations; recognizing the multi-layered cultural influences on business corporations; determining and analyzing culture in its various levels and dimensions; recognizing areas of potential conflicts and issues; deciding on activity orientation and patterns of reaction; observing and dealing with the role of time and environment perception in intercultural business dealings; description of the four basic kinds of corporate cultures and explanation of the connection between the culture dimensions set out in the model of Fons Trompenaars and the various corporate cultures; suggesting solutions and strategies for the challenges faced by internationally active leaders in coping with cultural diversity.
Inhalt	**The significance of culture in economic activity** The term culture: a definition and evaluation Corporations as culturally-molded organizational models The various meanings of culture **Reconciling the five value orientations in business and management** Relationships versus rules Individualism versus collectivism Neutral versus affective behavior patterns Specific and diffuse cultures Achievement or ascription? – Intercultural questions of status **Cultural concepts of time, the environment and managing the dilemmas of internationalization** Dealing with time in various cultures The relation with the environment On the relationship of national and corporate culture Towards transnational management Reconciling cultural differences in practice Diversity *Seminarempfehlung:* *Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:* *SB510M10*

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Englischkenntnisse C1 und BWL-Grundlagenkenntnisse
Modulbausteine	**Fachbuch** Trompenaars, F.; Hampden-Turner, C.: Riding the Waves of Culture mit **Begleitheft IKK601-BH** The significance of culture in economic activity **Begleitheft IKK602-BH** Reconciling the five value orientations in business and management **Begleitheft IKK603-BH** Cultural concepts of time, the environment and managing the dilemmas of internationalization **Einsendeaufgaben** zu den Begleitheften IKK601-603-BH
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

IKK62 Interkulturelle Managementkompetenz - Organisationspsychologie und Konfliktmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Die Anfänge der Psychologie und der Wirtschaftspsychologie bis zu deren Stand heute (Berufsfelder, Studiengänge, Verbände) beschreiben. Einordnung der Wirtschaftspsychologie in die Psychologie makroökonomischer Prozesse und in die Psychologie mikroökonomischer Prozesse. Die Psychologie der Organisation im engeren Sinne erläutern und ihre Themenfelder kennen. Organisationale Rahmenbedingungen kennen und wissen, welche Beziehungen zwischen dem Menschen und dem Unternehmen bestehen können. Organisationsmetaphern, Organisationskultur, Organisationsziele sowie Identifikation mit der Organisation als Begriffe verstehen und damit verbundene Konzepte erläutern. Formen organisationaler Gruppen, unterschiedliche Gruppennutzen sowie Dimensionen der Gruppenstruktur unterscheiden. Entstehung von Gruppen erläutern. Vor- und Nachteile der Leistung in Gruppen verstehen. Meinungsbildung und Entscheidungsfindung in Gruppen kennen und beurteilen. Formen der Gruppenarbeit kennen und deren Einsatz in der Praxis beurteilen können. Grundlagen von Macht und von organisationaler Macht kennen. Politische von wirtschaftlicher Macht sowie strukturelle Macht von Machtstrukturen unterscheiden. Mikropolitik und Machtstrategien beurteilen. Handlungsempfehlungen zum Umgang mit Macht erläutern. Grundlagen organisationaler Führung (Personalführung im engeren Sinne) kennen. Führungseigenschaften und Führungsattribution erläutern. Führungssituationen, faktisches Führungsverhalten und Funktionen der Führung/Führungsstile beschreiben. Führung und Interaktion im Kontext verstehen. Wandel als Evolution verstehen. Bereiche, Formen, Phasen und Konzepte organisationalen Wandels kennen. Organisationsentwicklung und ihre Strategien beschreiben. Change Management erläutern. Konflikte in den gesellschaftlichen Kontext einordnen; den Konfliktbegriff definieren, verschiedene Arten und -varianten von Konflikten unterscheiden; ein Konfliktlösungssystem in Unternehmen entwickeln und einführen; subjektive Interessen und kulturell geprägte Muster in Beispielkonflikten analysieren; den Einfluss der Organisationskultur auf die Konfliktentstehung und -steuerung kennen. Konfliktlösungen optimieren; verschiedene Konfliktlösungsmodelle kennen, Konflikte konstruktiv handhaben.
Inhalt	**Psychologie der Organisation I** Von den Anfängen der Psychologie zur Psychologie der Organisation Psychologie organisationaler Rahmenbedingungen Psychologie organisationaler Gruppen **Psychologie der Organisation II** Psychologie organisationaler Macht

Psychologie organisationaler Konflikte

Psychologie organisationaler Führung

Psychologie organisationalen Wandels

Psychologie der Organisation III

Fallstudien

Betriebliche Veränderungen als Quelle für Konflikte – zur Gestaltung von organisationalem Wandel in Unternehmen

Unzureichende Führung als Quelle für Konflikte – zur Gestaltung von organisationaler Führung in Unternehmen

Konfliktmanagement

Zur Relevanz des Konfliktmanagements in Unternehmen

Identifikation von Konflikten: Was sind Konflikte?

Analyse von Konflikten: Wie entstehen und verlaufen Konflikte?

Bewältigung von Konflikten: Wie gehe ich mit Konflikten um?

Entwicklung eines Konfliktmanagements im Unternehmen

Konflikt-Kompetenz

Orientierung in Konflikten

Wie gehe ich selbst mit Konflikten um?

Die Konfliktlösungsstrategie: 4 Schritte

Konstruktive Grundhaltungen im Umgang mit Konflikten

Handlungsmöglichkeiten von Führungskräften

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB333M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	—
Modulbausteine	**WIP801 Studienbrief** Psychologie der Organisation I mit **Onlineübung** **WIP802 Studienbrief** Psychologie der Organisation II mit **Onlineübung** **WIP803 Studienbrief** Psychologie der Organisation III **SQL501 Studienbrief** Konfliktmanagement **SQLC501-CD Konflikt-Kompetenz: Konflikte erkennen, verhandeln, lösen**
Kompetenznachweis	Assignment

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

IKK63 Interkulturelle Managementkompetenz - Verhandlungsführung und Mediation

Kompetenzzuordnung	Instrumentale Kompetenz
Kompetenzziele	Die wichtigsten theoretischen Ansätze zur Verhandlungsführung erläutern und in ihrem historischen, kulturellen und situativen Kontext einordnen können; spezifische Verhandlungsstile bestimmen; Verhandlungsstrategien auf spezifische Situationen anwenden; Planung und Vorbereitung von Verhandlungen unter Berücksichtigung spezifischer Faktoren durchführen; die wichtigsten Teilaspekte im Verhandlungsprozess beschreiben; besondere Verhandlungssituationen erkennen und sich situativ adäquat verhalten. Unterschiede zwischen intra- und interkulturellen Verhandlungen benennen; Spezifika interkultureller Verhandlungen erkennen und auf konkrete Situationen anwenden; Verhandlungsphasen und Kommunikationsverhalten richtig deuten; Makrostrukturen interkultureller Verhandlungen identifizieren. Die wichtigsten theoretischen Ansätze zur Mediation erläutern und in ihrem historischen, kulturellen und situativen Kontext einordnen können; Typen und Grundprinzipien von Mediation beschreiben; Mediationen situationsspezifisch vorbereiten; die wichtigsten Teilaspekte im Mediationsprozess beschreiben; besondere Mediationssituationen erkennen und sich situativ adäquat verhalten. Unterschiede zwischen intra- und interkultureller Mediation benennen; Spezifika interkultureller Mediation erkennen und auf konkrete Situationen anwenden; Verhandlungsphasen sowie Kommunikations- und Kontextverhalten richtig deuten; Makrostrukturen interkultureller Mediation identifizieren.
Inhalt	**Grundlagen der Verhandlungsführung** Übersicht: Theoretische Ansätze Verhandlungsstile Grundprinzipien der Verhandlungsführung Vorbereitung und Planung von Verhandlungen Der Verhandlungsprozess Spezifische Verhandlungssituationen und ihre Probleme **Verhandlungsführung interkulturell** Intra- und interkulturelle Verhandlungen Konfliktpotentiale bei interkulturellen Verhandlungen Verhandlungsphasen: von der Planung zum Abschluss Verbale, paraverbale und nonverbale Kommunikation Rahmen zur Analyse und Gestaltung interkultureller Verhandlungen Ausblick: „global business etiquette“ vs. “wall of culture”

Grundlagen der Mediation

Übersicht: Theoretische Ansätze

Typen von Mediation

Grundprinzipen der Mediation

Vorbereitung und Planung von Mediation

Der Prozess der Mediation

Spezifische Mediationssituationen und ihre Probleme

Mediation interkulturell

Intra- und interkulturelle Mediation

Konfliktpotentiale bei interkultureller Mediation

Phasen der Mediation

Verhältnis von Inhalt und Kontext

Rahmen zur Analyse und Gestaltung interkultureller Mediation

Ausblick: Mediation im Zeitalter der Globalisierung

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB333M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	—
Modulbausteine	**IKK605 Studienbrief** Grundlagen der Verhandlungsführung mit **Onlineübung** **IKK606 Studienbrief** Verhandlungsführung interkulturell mit **Onlineübung** **IKK607 Studienbrief** Grundlagen der Mediation mit **Onlineübung** **IKK608 Studienbrief** Mediation interkulturell mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	150 Stunden, 6 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

IKK64 Interkulturelle Managementkompetenz - Interkulturelle Trainingsprogramme

Kompetenzzuordnung	Instrumentale Kompetenz
Kompetenzziele	Interkulturelle Trainingsprogramme vor ihrem historischen und situativen Hintergrund verstehen; Problembereiche interkulturellen Handelns identifizieren und Trainingsprogrammen zuordnen; Ziele und Zielgruppen identifizieren; Methoden der Evaluierung von Workshops kennen und anwenden. Interkulturelle Trainingsprogramme innerhalb verschiedener Raster lokalisieren; die wichtigsten Programme kennen. Funktion von interkulturellen Testverfahren im Rahmen von Trainingsprogrammen erkennen; die wichtigsten Testverfahren benennen und Zielen und Zielgruppen zuordnen; interkulturelle Trainingsprogramme theorie- und zielgeleitet planen und durchführen. Ein spezifisches Trainingsprogramm aufgrund vorgegebener Informationen planen, durchführen und evaluieren.
Inhalt	**Einführung in interkulturelle Trainingsprogramme und Evaluation** Interkulturelles Training in historischer Perspektive Zur Notwendigkeit interkultureller Trainingsprogramme Ziele und Zielgruppen interkultureller Trainingsprogramme Evaluation interkultureller Trainingsprogramme **Klassifizierung interkultureller Trainingsprogramme** Kulturspezifik und Kulturbewusstsein Information und Interaktion Beispiele für interkulturelle Trainingsprogramme **Planung und Durchführung interkultureller Trainingsprogramme** Interkulturelle Testverfahren: eine Übersicht Das „Intercultural Development Inventory“ (Hammer/Bennett) Die Planung interkultureller Trainingsprobleme: Zielgruppenanalyse und Auswahl des Trainingsprogramms Die Durchführung interkultureller Trainingsprogramme: Workshopdesign und Konfliktpotentiale **Fallstudie: Entwicklung eines Trainingsprogramms** Basisinformationen zu Zielen und Zielgruppen Basisinformationen zu Dauer und Ausgestaltung des Trainingsprogramms Gestaltung des konkreten Trainingsprogramms

Evaluation des konkreten Trainingsprogramms

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB333M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	—
Modulbausteine	**IKK609 Studienbrief** Einführung in interkulturelle Trainingsprogramme und Evaluation **IKK610Studienbrief** Klassifizierung interkultureller Trainingsprogramme **IKK611Studienbrief** Planung und Durchführung interkultureller Trainingsprogramme **IKK612-FS** Fallstudie Entwicklung eines Trainingsprogramms
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

IKK65 Global teambuilding and diversity management

Kompetenzzuordnung	Instrumentale Kompetenz
Kompetenzziele	Phasen von Teamentwicklung beschreiben, vergleichen und steuern; Methoden der Teamentwicklung und der Teamführung kennen; ziel-, kunden- und ergebnisorientierte Teamführung beschreiben und erläutern; Besonderheiten globaler Teams beschreiben, potenzielle Probleme und Synergien ableiten und aufzeigen; Grundlagen des Diversity Managements kennen; Auswirkungen der verschiedenen Dimensionen des Diversity Managements erläutern und im kulturellen und situativen Kontext einordnen; Herausforderungen der Führung gemischter Teams einschätzen und den Einfluss von Diversity auf die Teamleistung darlegen; Instrumente des Diversity Managements beschreiben und gezielt anwenden; Besonderheiten interkultureller Teamentwicklung beschreiben und Schulungen und Trainings von interkulturellen Teams ausarbeiten.
Inhalt	**Grundlagen der Teamentwicklung** Entwicklungslinien, aktuelle Bedeutung und Begriff der Gruppe- bzw. Teamarbeit Arten von Gruppen bzw. Teams Voraussetzungen für Gruppen- und Teamarbeit Teambildung Teamführung **Umsetzung der Teamentwicklung in der Praxis** Grundlagen der Teamentwicklung Praxisübungen der Teamentwicklung Besondere Teams Faktoren, die die Teamarbeit beeinflussen Phänomene der Teamarbeit **Global Teambuilding** Global teambuilding in the 21st century Specifics of global teambuilding Digital teambuilding – the medium is the message? Challenges and chances Toward a “global culture competence”: the synergetics of global teambuilding **Diversity Management** Basics and dimensions of diversity management The ingredients of diversity management: more than culture The contextual framework of diversity management

Specific forms of diversity management

Challenges: situational anticipation of problem areas

Chances: diversity and synergy

Coaching for diversity

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB154M1, SB332M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Englischkenntnisse
Modulbausteine	**IKK613** **Studienbrief** Global teambuilding **Onlineübung** **IKK614** **Studienbrief** Global teambuilding **Onlineübung** **IKK615** **Studienbrief** Diversity management **Onlineübung** **IKK616** **Studienbrief** Diversity management **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	200 Stunden, 8 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

KOM60 Global communication

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Grundlagenkenntnisse: Grundlagen der Kommunikationswissenschaften und der Kommunikation, speziell ihre Formen, Funktionen und die Bestandteile des Kommunikationsprozesses kennen; Kommunikation, insbesondere Massenkommunikation als soziales Phänomen erläutern; verschiedene theoretische Ansätze und Modelle zur Kommunikation kennen; die Kommunikationswissenschaft als interdisziplinäre Sozialwissenschaft einordnen und relevante theoretische Sichtweisen kennen; das erlernte Wissen auf konkrete Situationen und Fälle aus der Praxis anwenden. Unterschiede zwischen internationaler, interkultureller und globaler Kommunikation benennen; die „hardware“ globaler Kommunikation definieren und die Mediengebundenheit globaler Kommunikation erkennen; die „software“ globaler Kommunikation: kulturbedingte Kommunikationsstile, verbale, paraverbale und nonverbale Kommunikation vergleichen und klassifizieren; Probleme und Chancen globaler Kommunikation erläutern. Die englische Sprache in linguistischen, historischen, geografischen, sozialen und politischen Kontexten bestimmen; die verschiedenen Funktionen und Varietäten der englischen Sprache klassifizieren; die Entwicklung des Englischen als globales Kommunikationsmedium beschreiben; Möglichkeiten und Risiken einer monolingualen globalen Kommunikation analysieren.
Inhalt	**Basics of communication** Models and theories of communication The term communication and its contents Communication as a sign process: models from the natural sciences Psychologically-based communication theories Communication in social contexts Mass communication Hypotheses and models on the impact of mass communication **Fundamentals of corporate communication** The significance of corporate communication What corporate communications comprise Internal corporate communication External corporate communication Integrated corporate communication Management processes in corporate communication **Global communication** Fundamentals

	Implementations Implications
Voraussetzungen	Englischkenntnisse C1
Modulbausteine	**KOM601 Studienbrief** Basics of communication mit **Onlineübung** **KOM602 Studienbrief** Fundamentals of corporate communication mit **Onlineübung** **KOM603 Studienbrief** Global communication mit **Onlineübung** **Fachbuch** Jenkins: Global Englishes: A Resource Book for Students
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Studienleiter	Prof. Dr. Torsten Bügner

MKG84 International marketing and sales

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	Anwendung: eine Marketingstrategie aus einer konkreten Unternehmenssituation ableiten; Marketinginstrumente integriert vor dem Hintergrund einer konkreten Zielsetzung ausrichten (Marketingmix); Märkte abgrenzen und eine wettbewerbsfähige Positionierung ableiten; einen Marketingforschungsplan für ein begrenztes Forschungsprojekt aufstellen; „richtige“ Erhebungsmethode und Stichprobengröße anhand eines Beispiels ableiten, erhobene Daten auswerten und Ergebnisse präsentieren. Analyse: Vor- und Nachteile der unterschiedlichen organisatorischen Einbindung des Marketings analysieren; Verhalten privater und institutioneller Käufer und deren Beweggründe analysieren. Synthese: ein integriertes Marketingkonzept unter Berücksichtigung spezifischer Marktbedingungen, organisatorischer Rahmenbedingungen sowie der Charakteristika des Geschäftsmodells erarbeiten. Anwendungsfähigkeiten: in Teamarbeit fachlich-methodische Kenntnisse der Instrumente, Methoden und Strategien des internationalen Marketings anwenden und ausgearbeitete Strategien in operative Maßnahmen umsetzen. Übergreifende Lernziele des Planspiels: Erkennen und Berücksichtigen von Rahmenbedingungen für wirtschaftlichen Erfolg in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld, Auswählen und Umsetzen von Strategien zur Erreichung von Zielen, Evaluieren von Unternehmensdaten, Effektives Treffen von Entscheidungen im Team, Einschätzen der Konsequenzen von Entscheidungen. Fachliche Lernziele des Planspiels: Bewerten von Marktattraktivität und Marktbarrieren, Auswählen geeigneter Markteintrittsformen, Entwickeln und Umsetzen einer Strategie zur Markterschließung (internationaler Marketing-Mix), Identifizieren und Analysieren von veränderten Marktbedingungen zur Strategieanpassung, Planen und Kontrollieren der Maschinen- und Personalauslastung, Interpretieren von Ergebnissen mit Hilfe von Controllinginstrumenten
Inhalt	**Developing marketing strategies and plans** Fundamental concepts Marketing and Customer Value Corporate and division strategic planning Business unit strategic planning Product planning: the nature and contents of a marketing plan **Survey and selection of target markets** Forecasting demand Identifying market segments and targets

Planning of marketing strategies I: Differentiation, Positioning and product development

Crafting the brand positioning

Introducing new marked offerings

Planning of marketing strategies II: Competitive strategies and tapping into global markets

Competitive strategies

Tapping into global markets

Managing a holistic marketing organisation

Marketing organization

Socially responsible marketing

Marketing implementation

Evaluation and control

The future of marketing

Product management

Setting product strategy
Brand equity
Designing and managing services

Price management

Setting the price
Adapting the price
Initiating and responding to price changes

Marketing channels and value networks

Designing and managing value networks and channels
Managing Retailing, wholesaling and Logistics

Marketing communications I: Designing and managing integrated marketing communications

Marketing communications and brand equity
The communications process models
Developing effective communications
Deciding on the marketing communication mix
Managing the integrated marketing communications process

Marketing communications II: Managing mass communications. Advertising, sales promotions, events, and public relations

Developing and managing an advertising program
Deciding on Media and Measuring effectiveness
Sales promotions
Events and experiences
Public relations

Marketing communications III: Managing personal

communications: direct marketing and personal selling

Direct marketing
Sales Force management

Planspiel: TOPSIM – Going Global

Die Management-Simulation bildet sechs Wirtschaftsräume mit unterschiedlichen Rahmenbedingungen ab. In der Rolle der Unternehmensführung eines Waschmaschinenherstellers agieren die Teilnehmer zu Beginn ausschließlich in ihrer Heimatregion. Bald jedoch rückt die Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit in den Mittelpunkt. Im Rahmen dieses „Going Global"-Prozesses müssen zunächst Chancen und Risiken von neuen Märkten, sowie Stärken und Schwächen des Unternehmens identifiziert und bewertet werden. Im Anschluss an die Markteintrittsentscheidung stehen die Teilnehmer vor der Aufgabe, entsprechende Marktbearbeitungsstrategien auszuarbeiten und in Ihren Entscheidungen umzusetzen.

Lerninhalte:

- Unternehmensleitbild (Vision, Mission, Zielbildung)
- Expansionsentscheidung (Marktbarrieren, Markteintrittsformen und Markterschließung)
- Strategisches Marketing (Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Corporate Identity)
- Internationaler Marketing-Mix
- Personalplanung, Produktivität und Fluktuation
- Beschaffungsmanagement (Make-or-Buy Decision, Global Sourcing, Lieferprioritäten)
- Auslastungsplanung
- Investitionsplanung
- Finanz- und Rechnungswesen (Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme)

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung des folgenden, freiwilligen Seminarmoduls, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB118M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C1 Grundlagenkenntnisse in allgemeiner BWL und im Marketingmanagement

Modulbausteine	**Fachbuch** Kotler, Ph./Keller K. L.: Marketing Management mit **MKE101-BH, MKE102-BH, MKE103-BH, MKE104-BH, MKE105-BH Begleithefte** **Einsendeaufgaben** zu den Begleitheften MKE101-BH bis mKE105-BH **Fachbuch** Kotler, Ph./Keller K. L.: Marketing Management mit **MKE301-BH, MKE302-BH, MKE303-BH, MKE304-BH, MKE305-BH, MKE306 Begleithefte** **Einsendeaufgaben** zu den Begleitheften MKE301-BH bis MKE306-BH **Präsenzseminar** (1 Tag; Kick-Off und erste Spielrunden) **Onlinephase** (weitere Spielrunden in einem Zeitraum von 4 bis 8 Wochen)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden) Assignment
Lernaufwand	325 Stunden, 13 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Daniel Markgraf

ORG60 Organisation und Unternehmensentwicklung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Das Instrument der Wertkette nach M. E. Porter bei der strategischen Geschäftsprozessanalyse einsetzen; Instrumente zur Analyse und Beurteilung von Geschäftsprozessen zielorientiert anwenden; Ansätze zur Einführung von Total Quality Management im Unternehmen entwickeln; die Einführung von Wissensmanagement in einem konkreten Unternehmen systematisch konzipieren; die Schritte eines Veränderungsprozesses in einem konkreten Unternehmen situationsgerecht planen und Instrumente auswählen.
Inhalt	**Grundlagen des Prozessmanagements** Theoretische Grundlagen Elemente von Prozessen Bestehende Ansätze Anforderungen an das Vorgehensmodell des Prozessmanagements Vorgehensmodell des Prozessmanagements **Techniken des Prozessmanagements I** Techniken zur Analyse des Geschäftsmodells Techniken zur Planung der Prozessarchitektur Techniken zur Entwicklung der Prozessvision Techniken zur Entwicklung der Prozessleistung **Techniken des Prozessmanagements II** Techniken zur Planung des Prozessablaufs Techniken zur Erstellung der Prozessführung Techniken zur Implementierung des Prozessdesigns Prozessorientierung als Instrument organisatorischer Exzellenz **Change Management** Principles of change management Change in the economy and in society Change within corporations Change and People involved **Total Quality Management** Basic principles of TQM From the ISO 9000 ff. to Business Excellence – quality awards TQM à la EFQM Quality costs and quality controlling Quality management – instruments and methods

Quality management - instruments and methods

Knowledge Management

Knowledge - Approach to term

communication and learning

Approaches to knowledge management

Establishing knowledge management

Instruments and methods

Knowledge managements: a case study

Conclusion and outlook

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB140M1, SB150M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse der allgemeinen BWL
Modulbausteine	**ORG201 Studienbrief** Grundlagen des Prozessmanagements mit **Onlineübungen** **ORG202 Studienbrief** Techniken des Prozessmanagements I mit **Onlineübungen** **ORG203 Studienbrief** Techniken des Prozessmanagements II mit **Onlineübungen** **ORG303 Studienbrief** Change Management **ORG301 Studienbrief** Total Quality Management **ORG302 Studienbrief** Knowledge Management **Einsendeaufgaben** zu den Studienbriefen ORG301-303 **Onlinetutorium** (2 Stunden)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	150 Stunden, 6 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch / Englisch
Studienleiter	Tobias Specker

PEW82 Internationales Innovationsmanagement I

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Die Studierenden kennen die Besonderheiten internationaler Projektarbeit. Sie können die Aufgaben, Abläufe und Aktivitäten eines internationalen Projektumfelds benennen und unterschiedliche kulturell bedingte Wertvorstellungen bei der Gestaltung von Organisationsstrukturen berücksichtigen. Sie kennen die gängigen Verfahren der Personalplanung und Personalentwicklung bei internationalen Projekten. Sie beherrschen die Instrumentarien des Projektmanagements von der Projektplanung, zur Projektdurchführung und Projektkontrolle. Sie berücksichtigen bei internationaler Werbepolitik kulturell bedingte Wertvorstellungen. Die Studierenden sind in der Lage, Projektteams zu führen und die Projektarbeit effektiv zu gestalten unter Berücksichtigung unterschiedlicher Wertsysteme, des Einflusses sozialer Beziehungen und rechtlich-politischer Normen. Sie können Risikofaktoren erkennen und in einem Risikomanagement im Sinne des Projekterfolgs behandeln. Sie kennen das Qualitätsmanagement in Projekten und können die Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements benennen. Die Bedeutung des Projektmarketing, des Informations- und Kommunikationsprozesses bei internationalen Projekten ist ihnen bewusst. Die Studierenden können selbstständig Arbeiten zu relevanten Fragestellungen des Internationalen Projektmanagements verfassen, präsentieren und kritisch diskutieren.
Inhalt	**Internationales Projektmanagement: Die Organisation, Personalplanung, Personalauswahl und Personalentwicklung** Definition und Zusammenhang wichtiger Grundbegriffe Multiprojektorganisation in international tätigen Unternehmungen Einzelprojektorganisation in international tätigen Unternehmungen Ausgewählte Aspekte der Gestaltung von Organisationsstrukturen unter Berücksichtigung kulturell bedingter Wertvorstellungen im Rahmen internationaler Projekte Personalplanung im Rahmen internationaler Projekte Personalauswahl im Rahmen internationaler Projekte Personalentwicklung zur Vorbereitung auf internationale Projekte **Der Ablauf internationaler Projekte** Projektstart Zielpräzisierung im internationalen Projektmanagement Projektplanung Projektdurchführung Projektinformationsmanagement in internationalen Projekten Projektmarketing Projektkontrolle

Ziele und Vorgehensweisen des Projektabschlusses

Internationale Werbepolitik für Innovationen unter Berücksichtigung kulturell bedingter Wertvorstellungen

Unternehmensethische Probleme des internationalen Projektmanagements

Das Management internationaler Projekte

Internationales Projektmanagement als Funktion und Institution

Gruppenarbeit im Projektteam

Relevanz der Umweltberücksichtigung bei internationalen Projekten

Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements

Aus welchen Gründen Projekte misslingen können und mithilfe welcher Erfolgsfaktoren sie erfolgreich werden

Hilfsmittel, Techniken, Methoden des internationalen Projektmanagements

Unterstützung durch das Top-Management

Die Auswahl des Projektleiters und der Projektteammitglieder

Personalführung in internationalen Projekten

Kommunikation und Information im Rahmen internationaler Projekte

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB513M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	—
Modulbausteine	**PEW818 Studienbrief** Internationales Projektmanagement: Die Organisation, Personalplanung, Personalauswahl und Personalentwicklung mit **Onlineübung** **PEW819 Studienbrief** Der Ablauf internationaler Projekte mit **Onlineübung** **PEW820 Studienbrief** Das Management internationaler Projekte mit **Onlineübung** **PEW821 Studienbrief** Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment

Lernaufwand	150 Stunden, 6 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Daniel Markgraf

PEW83 Internationales Innovationsmanagement II

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Die Studierenden kennen unterschiedliche Kulturmodelle und deren Auswirkungen auf Innovationen; sie können kulturelle Erfolgsfaktoren für Innovationen benennen und unterschiedliche Problemlösungskulturen beschreiben. Sie können unterschiedliche Kreativitätstechniken anwenden und innovative Unternehmenskulturen beschreiben. Sie beherrschen das Instrumentarium zur Verbesserung von Innovationsprozessen. Sie können die Einflüsse der drei strategischen Orientierungen (Ressourcen-, Markt- und Wertorientierung nach St. Gallener Entrepreneurship-Modell) auf Unternehmenskulturen analysieren; die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen über innovative Unternehmenskulturen, Innovationsnetzwerke, Managementstile und interkulturelle Motivation in das Management von cross-cultural Innovationen einzubringen. Sie können Beispiele des Best Practice im Cross-Cultural Innovation Management analysieren und auf ihr eigenes Management von Innovationen anwenden. Die Studierenden können selbstständig Arbeiten zu relevanten Fragestellungen der Cross-Cultural Innovation verfassen, präsentieren und kritisch diskutieren.
Inhalt	**Grundlagen Cross-Cultural Innovation** Die Komplexität der Definition von Kultur Kulturmodelle Das kulturelle Kapital nach Bourdieu Die Unternehmenskultur Grundlagen Innovation **Cross-Cultural Innovation Management** Netzwerke, Denkkulturen und Cross-Cultural Innovation Globales Innovationsmanagement und seine Erfolgsaussichten Der traditionelle lineare Ansatz des Innovationsmanagements Der offene Ansatz des Innovationsmanagements Methodenanleitung Kreativitätstechniken Der Übergang von der kreativen Konzeptphase zum Innovations-Projektmanagement **Strategische Ausrichtung und Cross-Cultural Innovation** Visionen und Mission Das St. Galler Entrepreneurship Modell Die Grundkonzepte strategischen Handelns Der Geschäftsmodell Business Canvas Akzeptanz von Innovationen

Best Practice im Cross-Cultural Innovation Management

Open Innovation

Die Erfolgsgeschichte Beiersdorf - Nivea

„Hidden Champions“ eine besondere Innovationskultur

Hochleistungsteams im Sport und in Unternehmen

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB513M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	—
Modulbausteine	**PEW822 Studienbrief** Grundlagen Cross-Cultural Innovation mit **Onlineübung** **PEW823 Studienbrief** Cross-Cultural Innovation Management mit **Onlineübung** **PEW824 Studienbrief** Strategische Ausrichtung und Cross-Cultural Innovation mit **Onlineübung** **PEW825 Studienbrief** Best Practice im Cross-Cultural Innovation Management mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	150 Stunden, 6 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Daniel Markgraf

SPL80 Wirtschaftsraum Hispanoamerika

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Geographie und Geschichte Hispanoamerikas kennen und ihre Verbindung zur Wirtschaftskultur beschreiben; relevante wirtschaftsgeographische und wirtschaftshistorische Fakten benennen; Bedeutung von sozialen und kulturellen Gegebenheiten hinsichtlich wirtschaftlicher Fragestellungen erfassen. Den Wirtschaftsraum Hispanoamerika im Spannungsfeld von Politik, Kultur und Sozialwesen beschreiben; typische Werteorientierungen und Interaktionsmuster bestimmen. Spezifika der Wirtschaftskommunikation Hispanoamerikas darlegen und auf konkrete wirtschaftspraktische Standardsituationen anwenden. Über ausreichend Redemittel (Wortschatz und Grammatik) verfügen, um längere Redebeiträge, Vorträge und Texte verstehen und auch komplexer Argumentation folgen zu können, wenn das Thema vertraut ist; sich klar und zusammenhängend über die meisten Themen allgemeiner Art verständigen und eigene Standpunkte vertreten; sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Meetings auf Spanisch unter Berücksichtigung kultureller Spezifika planen, vorbereiten und durchführen Präsentationen auf Spanisch unter Berücksichtigung kultureller Spezifika planen, vorbereiten und durchführen.
Inhalt	**Der Kultur- und Wirtschaftsraum Hispanoamerika** Inka, Maya und Azteken Portugiesen und Spanier Monarchien, Demokratien und Diktaturen Wertorientierung und Interaktionsmuster Wirtschaftsgeschichte **Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik in Hispanoamerika** Wirtschaftspolitische Reformprozesse **Innen- und außenwirtschaftliche Entwicklung** Wirtschaftliche Entwicklung in Hispanoamerika Wirtschaftskrisen Wachstumsperspektiven Wirtschaftliche Integration in Hispanoamerika **Wirtschaftskommunikation Hispanoamerika** Unsicherheitsvermeidung Maskulinität Zeitauffassung und Arbeitsstile

Machtdistanz und Individualismus

Kommunikationsstil

Raumverhalten

Kontextverhalten

Sprachkurs Español B2

Lesetexte zum Hören und Nachsprechen, Wortschatzarbeit, Grammatik, Schreiben, Sprechen, Hörverständnisübungen zu den Themenbereichen: Sprache und Kultur, persönliche Beziehungen, Gesundheit, Kino in Spanien, Arbeitswelt, Freiwilligenarbeit, soziales Engagement, Bildungssystem, Wissenschaft und Technik, Politik, Gastronomie, Tourismus, Medien

Español para reuniones y presentaciones

Reuniones

Presentaciones

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung des folgenden, freiwilligen Seminarmoduls, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB335M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Spanischkenntnisse B1
Modulbausteine	**SPL801 Studienbrief** Wirtschaftsraum Hispanoamerika mit **Onlineübung** **SPL802 Studienbrief** Wirtschaftsraum Hispanoamerika mit **Onlineübung** **SPL803 Studienbrief** Wirtschaftsraum Hispanoamerika mit **Onlineübung** **SPL804 Studienbrief** Wirtschaftsraum Hispanoamerika mit Onlineübung **CD-Box** (6 Audio-CDs): Español B2 - Ergänzungen zu SP531-536 **SP531 Studienbrief** Español B2 mit 3 **Onlineübungen** **SP532 Studienbrief** Español B2 mit 3 **Onlineübungen** **SP533 Studienbrief** Español B2 mit 3 **Onlineübungen** **SP534 Studienbrief** Español B2 mit 3 **Onlineübungen** **SP535 Studienbrief** Español B2 mit 3 **Onlineübungen** **SP536 Studienbrief** Español B2 mit 3 **Onlineübungen** **SWS105 Studienbrief** Reuniones y presentaciones en Español mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden) (70%), Assignment (30%)
Lernaufwand	325 Stunden, 13 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Brigitte Souveton-Reichel

SQF64 Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf

Kompetenzzuordnung	Systemische Kompetenz
Kompetenzziele	Implikationen des Methodenpluralismus und des Kritischen Rationalismus für eine konkrete (empirische) Forschung ableiten; ein Forschungsproblem adäquat formulieren und daraus eine Strategie und das für ihre Umsetzung erforderliche Instrumentarium ableiten; die "Werkzeuge" der Datenerhebung (Beobachtung, Befragung und Inhaltsanalyse) problembezogen anwenden und ausführen; die Gütekriterien für die Ergebnisse der Datengewinnung analysieren sowie die Probleme der einzelnen Methoden abschätzen; die Datenauswertung mit multivariaten Analysemethoden planen sowie die erforderlichen Arbeitsschritte strukturieren.
Inhalt	**Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen** Wissenschaftstheorie – Eine Einführung Wissenschaftliche Methoden **Ein Forschungsprojekt planen** Forschungsplanung – Erste Arbeitsschritte Operationalisierung Auswahlverfahren **Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten** Forschungsdurchführung Forschungsauswertung
Voraussetzungen	Grundkenntnisse in Statistik und Kenntnisse in MS-Excel
Modulbausteine	**Orientierungswerkstatt** (1 Tag + 0,5 Tage Präsenzseminar + 2 Stunden Onlineseminar) **SQF601 Studienbrief** Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen **SQF602 Studienbrief** Ein Forschungsprojekt planen **SQF603 Studienbrief** Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten **SQFA604-EL Hörbuch** zu den Studienbriefen SQF601-603 **Einsendeaufgaben** zu den Studienbriefen SQF601-603 **SQLD302-VH Download** Vorgaben für wissenschaftliche Studien- und Abschlussarbeiten bei AKAD
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Marianne Blumentritt

UFU60 Wirtschaftsethik und Wertmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Auswirkungen des gesellschaftlichen Wertewandels auf das Management von Unternehmen und auf die Personalführung kritisch reflektieren; wirtschaftsethische Grundsätze auf Beispiele komplexer und konkreter Unternehmens- und Managementsituationen anwenden; Shareholder Value und andere Wertmanagementparameter berechnen und interpretieren; Einfluss von Religion und Philosophie in den wichtigsten Kulturkreisen (Europa und Amerika, Vorder- und Mittelasien, Ostasien) als wichtige Rahmenbedingung des interkulturellen Managements analysieren; Ansprüche nach dem Shareholder- und dem Stakeholder-Prinzip bezüglich ihrer Auswirkungen auf die Unternehmenspraxis abgrenzen und zu einer Unternehmensphilosophie vereinen.
Inhalt	**Philosophie und Ökonomie - Ethik der Rahmenordnung** Die Philosophie: Ursprung aller Wissenschaften Die philosophischen Grundlagen der Ökonomie und ihr wirtschaftsgeschichtlicher Hintergrund Die Epochen der abendländischen Philosophie und die wirtschaftswissenschaftlichen Theorien Moral, Ethik und angewandte Ethik Die Wirtschaftsethik Die Wirtschaftsethik und die Weltreligionen< **Ethik korporativen Handelns** Die korporative Verantwortung Die Ethik korporativen Handelns Fallbeispiele zum ethischen Verhalten von Unternehmen **Individualethik: Führungs- und Konsumentenethik** Der Wertewandel in der Gesellschaft und das Werten der Individuen Menschenführung aus philosophischer Sicht Menschenführung in der Dienstleistungsgesellschaft Menschenführung in multinationalen Unternehmen Konsumentenverantwortung **Konzepte der wertorientierten Unternehmensführung** Was ist das Shareholder Value-Konzept? Konventionell Methoden der Erfolgsmessung

Die Grundidee der wertorientierten Unternehmensführung: Die Bewertung von Unternehmen mithilfe des Ertragswerts

Berechnung des Shareholder-Value

Der Shareholder-Value als Analyseinstrument

Anwendung des Shareholder-Value-Konzepts in der Unternehmensführung

Weitere Konzepte der wertorientierten Unternehmensführung

Die Ostfriesennerz AG - Fallstudie zum Shareholder-Value-Konzept

Das Unternehmen

Bewertung der finanziellen Unternehmensführung

Strategieevaluation: Bewertung der Planung von Outlets auf Ostseefähren

Erfolgsabhängige Entlohnung der Vorstandsmitglieder

Bewertung der Akquisition eines Unternehmens

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB110M1, SB110M3, SB110M4

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Grundlagen der allgemeinen BWL und Unternehmensführung
Modulbausteine	**UFU801 Studienbrief** Philosophie und Ökonomie − Ethik der Rahmenordnung **UFU802 Studienbrief** Ethik korporativen Handelns **UFU803 Studienbrief** Individualethik: Führungs- und Konsumentenethik **Einsendeaufgaben** zu den Studienbriefen UFU801-803 **UFU901 Studienbrief** Konzepte der wertorientierten Unternehmensführung mit **Einsendeaufgaben** **UFU902 Studienbrief** Die Ostfriesennerz AG - Fallstudie zum Shareholder-Value-Konzept
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	150 Stunden, 6 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Robert Rossberger

UFU68 Corporate Governance

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Gegenstand, Treiber und wesentliche Entwicklungen der Corporate Governance kennen, Kernprobleme und die Funktionsweise der Corporate Governance Systeme verstehen und mögliche Zusammenhänge zwischen Corporate Governance und Unternehmenserfolg erläutern, Regelwerke aus dem Bereich der Corporate Governance (sowohl auf gesetzlicher wie auch auf freiwilliger Basis) anhand ökonomischer und rechtlicher Kriterien analysieren und beurteilen, vertieftes Verständnis für die speziellen Corporate Governance Probleme der Führungsorganisation entwickeln, Anreizkonzepte als Bestandteil der Corporate Governance Struktur erläutern und formalisieren.
Inhalt	**Grundlagen der Corporate Governance** Begriffsbestimmung Corporate Governance Historische Entwicklung der Corporate Governance Ziele und Wirkungsweisen von Corporate Governance Regelungen Zusammenhang von Corporate Governance und Unternehmenserfolg Gestaltung von Corporate Governance Theoretische Analyse der Corporate Governance Regelungen **Corporate Governance in Deutschland** Regulatorische Ebene in Deutschland Deutscher Corporate Governance Kodex Ebene unternehmensindividueller Regelungen in Deutschland Personenebene in Deutschland **Corporate Governance in den USA und auf supranationaler Ebene** Corporate Governance in den USA Internationale Corporate Governance Alternative Ansätze der Corporate Governance **Ausgewählte Themen deutscher Corporate Governance** Fall 1: Konkurs der Bremer Vulkan AG im Jahr 1996 Fall 2: Abfindungs- und Prämienzahlungen in Zusammenhang mit der Übernahme der Mannesmann AG durch die Vodafone pic im Jahr 2000 Fall 3: Lustreisen der Betriebsratsmitglieder der Volkswagen AG im Jahr 2005 Fall 4: Schmiergeldaffäre bei der Siemens AG im Jahr 2006 Fall 5: Bilanzfälschungen bei der Enron Coperation im Jahr 2001 Fall 6: Managementvergütung bei Fannie Mae GSH in den Jahren

2001-2003

Fall 7: Insolvenz von Lehmann Brothers im Jahr 2008

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung eines der folgenden, freiwilligen Seminarmodule, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB141M1, SB143M1, SB150M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Grundkenntnisse im Bereich Organisation, Grundlagen des Wirtschaftsrechts
Modulbausteine	**UFU613 Studienbrief** Grundlagen der Corporate Governance mit **Onlineübung** **UFU614 Studienbrief** Corporate Governance in Deutschland mit **Onlineübung** **UFU615 Studienbrief** Ausgewählte Themen deutscher Corporate Governance mit **Onlineübung** **UFU616 Studienbrief** Corporate Governance in den USA und auf supranationaler Ebene mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Robert Rossberger

VWL60 Internationale VWL

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Grundlegende Fragen und Denkansätze der realen und der monetären Außenwirtschaftstheorie erläutern; die wichtigsten Problemfelder und mögliche Lösungsansätze der Außenwirtschaftspolitik kritisch diskutieren; neuere Ansätze der Außenwirtschaftstheorie und -politik, z. B. die „Neue Außenhandelstheorie“ und die strategische Handelspolitik darstellen. Unterschiede zwischen Industriestaaten und Entwicklungsländern benennen; Probleme von Entwicklungsländern beschreiben; die Position der Schwellenländer in der globalen Wirtschaft bestimmen; Geschichte und Entwicklung ausgewählter Schwellenländer erläutern.
Inhalt	**Welthandel und internationale Faktorbewegungen** Weltwirtschaftliche Grundbegriffe Internationaler Handel: Fakten und Trends Konsequenz des wachsenden Welthandels: mehr Wohlstand für alle? Internationale Faktorbewegungen **Außenwirtschaftspolitik (realwirtschaftlich)** Grundlagen der Außenwirtschaftspolitik Importpolitik Exportpolitik **Monetäre Außenwirtschaftstheorie und monetäre Außenwirtschaftspolitik** Die Dokumentation außenwirtschaftlicher Zahlungsvorgänge Monetäre Außenwirtschaftstheorie: kurze Frist, freie Märkte Monetäre Außenwirtschaftstheorie: Trends auf freien Märkten Monetäre Außenwirtschaftspolitik: staatliche Interventionen Internationale Währungspolitik **Globalisierung** Globalisierung und Kooperation zwischen Volkswirtschaften Globalisierung und Wettbewerb zwischen Volkswirtschaften *Seminarempfehlung:* *Wir empfehlen Ihnen die Belegung des folgenden, freiwilligen Seminarmoduls, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:* *SB331M1* *Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.*

Voraussetzungen	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
Modulbausteine	**VWL401 Studienbrief** Welthandel und internationale Faktorbewegungen mit **Onlineübung** **VWL402 Studienbrief** Außenwirtschaftspolitik (realwirtschaftlich) mit **Onlineübung** **VWL403 Studienbrief** Monetäre Außenwirtschaftstheorie und monetäre Außenwirtschaftspolitik mit **Onlineübung** **VWL404 Studienbrief** Globalisierung mit **Onlineübung** **Fachbuch** Die großen Schwellenländer mit **Begleitheft VWL601-BH** und **Onlineübung** **Onlinetutorium** (2 Stunden)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	150 Stunden, 6 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Dr. Martin Knöll

WIR86 International business law

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Die wichtigsten vertrags- und zollrechtlichen Regelungen, die für die Gestaltung von Handelsbeziehungen mit internationalen Partnern erforderlich sind und deren Anwendung bei der Gestaltung und Abwicklung von internationalen Handelskäufen kennen. Die Entsendung von Mitarbeitern ins Ausland unter arbeits-, sozialversicherungs- und steuerlichen Aspekten vorbereiten und begleiten. Die Grundlagen des Europarechts und deren Auswirkung auf Wirtschaftsbeziehungen beschreiben; europäische Rechtsnormen auf konkrete betriebswirtschaftliche Situationen anwenden. Die Grundlagen des amerikanisches Rechts und dessen globale Verortung beschreiben; amerikanische Rechtsnormen auf konkrete betriebswirtschaftliche Situationen anwenden. Die Anwendungsbereiche des internationalen Wirtschaftsrechts bestimmen; die Bedeutung internationaler Rechtsnormen für internationales ökonomisches Handeln erklären. Konkrete Fallstudien auf der Basis von Europarecht, amerikanischem Recht und internationalem Recht lösen. Fachvokabular der englischen Rechtssprache auf konkrete Situationen anwenden; mit juristischen Dokumenten und Sachverhalten in englischer Sprache umgehen; Rechtsprobleme auf Englisch klären und schriftlich festhalten sowie Verträge aufsetzen.
Inhalt	**Vertragsgestaltung bei internationalen Kaufverträgen** Der internationale Kaufvertrag nach dem UN-Kaufrecht INCOTERMS 2000 Grundsätze der Produkthaftung Grundzüge des Internationalen Privatrechts Zahlungsmodalitäten im internationalen Warenverkehr Internationale Streitbeilegung Regelungsbedürftige Punkte bei internationalen Kaufverträgen **Einführung in das Zollrecht** Der Zoll in der EU Rechtsgrundlagen für das Zoll- und Außenhandelsrecht Zolltarif, Zollwert, Ursprung Zollrechtliche Grundbegriffe **Auslandseinsatz von Mitarbeitern** Öffentlich-rechtliche Aspekte der Auslandsentsendung Arbeitsrechtliche Aspekte der Auslandsentsendung Auf eine Arbeitnehmerentsendung anwendbares Recht

Die vertragliche Gestaltung einer Entsendungsvereinbarung

Mitbestimmungsrechte des Betriebsrates bei der Arbeitnehmerentsendung

Steuerliche Aspekte im Überblick

Europarecht

Grundlagen des Europarechts

Europäische Rechtssetzung

Wirtschaftsrechtliche Rahmenbedingungen in der EU

Europäisches Verbraucherrecht

Europäisches Steuerrecht

Europäisches Sozialrecht

Kapitalmarktrecht in Europa

Europäisches Umweltrecht

Europäisches Medienrecht

Amerikanisches Wirtschaftsrecht

Grundzüge des amerikanischen Rechtssystems

Das amerikanische Rechtssystem im globalen Kontext

Gesellschaftsrecht

Vertragsrecht / contract law

Schadensersatzrecht / tort law

Steuerrecht

Arbeitsrecht

Intellectual Property Law

Insolvency Law

Internationales Wirtschaftsrecht

Anwendungsbereiche und Rechtsnormen des internationalen Wirtschaftsrecht

Grundzüge des Völkerrechts

Internationales Steuerrecht

Internationales privates Wirtschaftsrecht

Internationales Wettbewerbsrecht

Internationales Arbeitsrecht

Internationales Versicherungsrecht

Compliance and corporate governance

Fallstudien zum internationalen Wirtschaftsrecht

English for Legal Professionals

Fachsprache zu den Themenbereichen:

Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Patent-/Urheberrecht, Vertragsrecht, Nutzungsrechte,

Insolvenzrecht

Anglo-American Law and Legal System

Voraussetzungen

Seminarempfehlung:

Wir empfehlen Ihnen die Belegung des folgenden, freiwilligen Seminarmoduls, soweit es Bestandteil des belegten Studien- oder Lehrgangs ist:

SB336M1

Die Inhalte des Seminars bzw. die Voraussetzungen für die Teilnahme entnehmen Sie bitte der Seminarbeschreibung.

Voraussetzungen	Englischkenntnisse C1
Modulbausteine	**IBW501 Studienbrief** Vertragsgestaltung bei internationalen Kaufverträgen mit **Einsendeaufgaben** **IBW502 Studienbrief** Einführung in das Zollrecht mit **Einsendeaufgaben** **IBW503 Studienbrief** Auslandseinsatz von Mitarbeitern mit **Einsendeaufgaben** **WIR817 Studienbrief** Europarecht **WIR818 Studienbrief** Amerikanisches Wirtschaftsrecht **WIR819 Studienbrief** Internationales Wirtschaftsrecht **WIR820 Studienbrief** Fallstudien zum internationalen Wirtschaftsrecht **Fachbuch** English for Legal Professionals mit **Begleitheft ERE801-BH**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden) Assignment
Lernaufwand	325 Stunden, 13 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	