

STUDIENGANG INTERKULTURELLES MANAGEMENT MODULBESCHREIBUNG

Details zum Modul				
Code		Studienjahr		Studiensemester
IKM 115		1		1
Bezeichnung		VL	UE	LU
Internationales Management		2		5
Sprache	Deutsch			
Studium	Master	X	Doktor	
Studiengang	Interkulturelles Management			
Lehr- und Lernformen	Präsenzvorlesung			
Modultyp	Pflichtfach	X	Wahlfach	
Lernziele	Die Ziele dieses Kurses sind, den Bereich des internationalen Geschäfts und der internationalen Geschäftsführung zu definieren; zu untersuchen, wie weltweite wirtschaftliche und politische Veränderungen die Globalisierung vorantreiben, wie Innovation und Technologie als wesentliche Faktoren für das globale Wirtschaftswachstum dienen, und die Hauptakteure im internationalen Geschäft (multinationale Unternehmen, kleine und mittlere Unternehmen, Wertschöpfungsketten und Netzwerke sowie Institutionen) zu diskutieren.			
Lerninhalte	Allgemeine Rahmenbedingungen für die internationale Geschäftsführung, multinationale Unternehmen, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit, internationale Politik/Kultur/Handel/Finanzmärkte und -institutionen, Regionalstrategie, multinationale Strategie, Organisationsstrategie, Unternehmensstrategie und nationale Wettbewerbs- und Funktionsbereichsstrategien			
Teilnahmevoraussetzungen	-			
Koordination	Prof. Dr. Dilek Zamantili Nayir			
Vortragende(r)	Prof. Dr. Dilek Zamantili Nayir			
Mitwirkende(r)	Wiss. Mitarbeiterin Merve Ahter Dede			
Praktikumsstatus	-			
Fachliteratur				
Bücher / Skripte	Simon Collinson Rajneesh Narula Alan M. Rugman INTERNATIONAL BUSINESS 7th Edition			
Weitere Quellen	Diverse Texte aus internationalen Managementzeitschriften und Fachzeitschriften Filme/Ähnliche Filme Projektarbeit			
Lernmaterialien				
Dokumente	Vortragsfolien von Prof. Dr. Zamantili Nayir – werden nach den jeweiligen Veranstaltungen hochgeladen			

**STUDIENGANG INTERKULTURELLES MANAGEMENT
MODULBESCHREIBUNG**

Hausaufgaben	In jeder Lehrveranstaltung werden von den Studierenden Gruppenaufgaben und Präsentationen erwartet und im Rahmen der Zwischen- oder Abschlussprüfung benotet.		
Prüfungen	Prüfungsform: Hausarbeit + Projektarbeit + Präsentation		
Zusammensetzung des Moduls			
Wirtschaftswissenschaften	70		%
Erziehungswissenschaften			%
Naturwissenschaften			%
Gesundheitswissenschaften			%
Fachkenntnis	30		%
Bewertungssystem			
Aktivität	Anzahl		Gewichtung in Endnote (%)
Zwischenprüfungen	1		20
Quiz			
Hausaufgaben	2		5
Anwesenheit			
Übung	2		5
Projekte	1		10
Abschlussprüfung	1		60
		Summe	100
ECTS Leistungspunkte und Arbeitsaufwand			
Aktivität	Anzahl	Dauer	Gesamtaufwand (Stunden)
Vorlesungszeit	14	2	28
Selbststudium	1	65	65
Hausaufgaben	2	12	24
Präsentation / Seminarvorbereitung	1	30	30
Zwischenprüfungen	1	1	1
Übung			
Labor			
Projekte			
Abschlussprüfung	1	2	2
		Summe Arbeitsaufwand	150
		ECTS Punkte (Gesamtaufwand / 28)	5
Lernergebnisse			
1	Studenten verstehen die Rahmenbedingungen, Markteintrittsformen und Nebenrollen im internationalen Geschäft		
2	Ein tiefes Verständnis für internationale Politik, Kultur, Handel, Finanzmärkte und Institutionen		

**STUDIENGANG INTERKULTURELLES MANAGEMENT
MODULBESCHREIBUNG**

	wird entwickelt
3	Fähigkeit wird entwickelt, zwischen internationalen Geschäftsstrategien, dh multinationalen Strategie, Organisationsstrategie, Unternehmensstrategie zu unterscheiden und einen Bezug zur nationalen Wettbewerbsfähigkeit herzustellen
4	Strategien der Funktionsbereiche wie Produktion, Marketing, Personalmanagement werden verstanden, und Auswirkungen von politischen Risiken auf Verhandlungsstrategien werden besser verstanden
5	Strategien der Funktionsbereiche wie Produktion, Marketing, Personalmanagement werden verstanden, und Auswirkungen von politischen Risiken auf Verhandlungsstrategien werden besser verstanden

Wöchentliche Themenverteilung

1	Einführung in das internationale Geschäft und allgemeine Rahmenbedingungen
2	Multinationale Unternehmen, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit
3	Internationale Politik und Kultur
4	Internationaler Handel, Finanzmärkte und Institutionen
5	Multinational, Organisation, Unternehmensstrategie und nationale Wettbewerbsfähigkeit
6	Multinationale Unternehmen als verantwortliche Akteure
7	Funktionsbereichsstrategien: Produktions- und Marketingstrategie
8	Funktionsbereichsstrategien: Personalmanagement
9	Politisches Risiko und Verhandlungsstrategie
10	Internationales Finanzmanagement
11	Regionale Strategien: Europäische Union
12	Regionale Strategien: Japan
13	Regionale Strategien: Nordamerika
14	Regionale Strategien: Schwellenländer
15	Regionale Strategien: China

Beitrag der Lernergebnisse zu den Lernzielen des Programms (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
1	4	4	4	5	5	5	5	5
2	4	4	4	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5

Beitragsgrad: 1: Sehr Niedrig 2: Niedrig 3: Mittel 4: Hoch 5: Sehr Hoch

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/progLearnOutcomes.aspx?lang=en&curSunit=199>

Erstellt von:

Prof. Dr. Dilek Zamantlı Nayır / Wiss. Mit. Merve Ahter Dede

STUDIENGANG INTERKULTURELLES MANAGEMENT
MODULBESCHREIBUNG

Datum der Aktualisierung:	27.11.2021
----------------------------------	------------