

Modul-Nr./ Code	Modul 27 / 41462
Modulbezeichnung	International Business
Semester/ Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • International Business Strategy • Economic Environment of International Business
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Proficiency Test mit B2 Niveau (z. B. QPT 60)
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Herr G. Rampinelli (B.A., M.B.A., M.A.)
Unterrichts-/ Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden Plenumsveranstaltungen: 60 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 120 Std.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur und Präsentation einer Fallstudie
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4,58% Eine integrierte Modulprüfung beider Teilmodule. Beide Teilprüfungsleistungen müssen bestanden werden. Die Teilprüfungsleistungen gehen jeweils zur Hälfte in die Note ein
Qualifikationsziele des Moduls	Students learn the fundamentals of international business and economics - differences in national environments, trade theory, exchange rates, etc. and their implications for business strategy and operations. They also improve their English and presentation skills.

Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Differences in business environments (economic, sociocultural, political-legal, technological) • international trade theory (Ricardo, Heckscher-Ohlin, New Trade Theory, Porter's Diamond) • political economy of international trade • foreign direct investment; regional economic integration • international monetary system • foreign exchange market • global capital market • international strategy (Bartlett & Ghoshal framework) • organization • entry strategy and strategic alliances • exporting, importing, countertrade • global manufacturing and materials management • global marketing and R&D • accounting • human resources management • financial management
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen / Selbststudium. Studierende präsentieren eine kurze Fallstudie.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Lehrveranstaltungen

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	41462 (A)
Veranstaltungsbezeichnung	International Business Strategy
Semester/ Trimester	4. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Keine

Name der/ des Hochschullehrer/s	Herr Rampinelli/Prof. Dr. Kuhn
Unterrichts-/ Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3 (Hälfte der ECTS-Credits für das Modul)
Workload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	90 Stunden Plenumsveranstaltungen: 30 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 60 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Students learn the fundamentals of international business - differences in national environments and their implications for company strategy and operations.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Differences in business environments, technological) • international strategy (Bartlett & Ghoshal framework) • organization • entry strategy and strategic alliances • exporting, importing, countertrade • global manufacturing and materials management • global marketing and R&D • accounting • human resources management • financial management
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen / Selbststudium.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	Empfohlen: <ul style="list-style-type: none"> • Hill, Charles W.L., International Business: Competing in the Global Marketplace, latest edition Zusatzliteratur: <ul style="list-style-type: none"> • Hodgetts, Richard M., Fred Luthans and Jonathan Doh, International Management:

	Culture, Strategy, and Behavior, 6th ed. McGraw-Hill <ul style="list-style-type: none"> Selected articles (Business Week, Economist etc.)
--	---

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	41462 (B)
Veranstaltungsbezeichnung	Economic Environment of International Business
Semester/ Trimester	4. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Name der/ des Hochschullehrer/s	Herr Rampinelli
Unterrichts-/ Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3 (Hälfte der ECTS-Credits für das Modul)
Workload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)	90 Stunden Plenumsveranstaltungen: 30 Std. Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 60 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur und Präsentation einer Fallstudie
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Students learn the fundamentals of international economics and their implications for public policy and company strategy.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Differences in political and economic environments international trade theory (Ricardo, Heckscher-Ohlin, New Trade Theory, Porter's Diamond) political economy of international trade foreign direct investment

	<ul style="list-style-type: none"> • regional economic integration • international monetary system • foreign exchange market • global capital market
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristische Vorlesungen / Selbststudium.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krugman and Obstfeld <i>International Economics</i> • Hill, Charles W.L., International Business: Competing in the Global Marketplace, latest edition <p>Zusatzliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hodgetts, Richard M., Fred Luthans and Jonathan Doh, International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 6th ed. McGraw-Hill • Selected articles (Business Week, Economist etc.)