

VL	Internationales Management 1: Organisation von Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien internationaler Unternehmen International Management 1: Organization of Market Entry and Market Development Strategies of International Ventures
Veranstalter <sup>1</sup>	Dr. Laura-Christiane Folter
Zeit	15.-17.11.2018
Ort	Andrássy Universität Budapest
Anrechnungscode	MML002
Kreditpunkte	3
Kontaktstunde	
Prüfungsanmeldung	über das elektronische Studienverwaltungssystem (ETN)

### Inhalt und Ziele

**Kursbeschreibung:** Wenn Unternehmen auf ausländischen Märkten aktiv werden wollen, so haben sie zahlreiche Möglichkeiten des Markteintritts und der Marktbearbeitung. In diesem Kurs soll ein Überblick über die komplexen Zusammenhänge gegeben werden, die mit unterschiedlichen Auslandsmarkteintritts- und Auslandsmarktbearbeitungsformen verbunden sind. Nachdem zunächst die Planung von Auslandsengagement fokussiert wird, identifizieren und bewerten wir anschließend die diversen Möglichkeiten eines erstmaligen Markteintritts und der darauffolgenden Marktbearbeitung im Ausland. Abschließend werden Formen von Markteintrittsbarrieren und Strategien derer Überwindung analysiert und diskutiert.

### Kursraster

Termin	Thema	Literatur
KW35 Block		
KW36		
KW37		
KW38		
KW39		
KW40		
KW41		
KW42		
KW43 23. Okt. Nationalfeiertag		
KW44 1. Nov. vorlesungsfrei	<p>4. Oktober: Internationalisierung der Unternehmenstätigkeit und Planung von Auslandsengagements</p> <p>5. Oktober: Handelsbasierte, kooperative und direktinvestive Markteintrittsformen</p> <p>6. Oktober: Formen von Markteintrittsbarrieren und Strategien derer Überwindung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kutschker, M./Schmid, S.: Internationales Management, 7. Aufl., München 2011.</li> <li>• Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H. (Hrsg.): Außenhandel - Marketingstrategien und Managementkonzepte, Wiesbaden 2012.</li> </ul>

<sup>1</sup> Die Namen der Veranstalter sind ohne Titel aufzuführen.

KW45		
KW46		
KW47		
KW48		
KW49		
KW50		

**Bewertung**

Form und Umfang der zu erbringenden Leistungen:  
2/3 Klausur (60 Minuten) und 1/3 Gruppen-Präsentation während des Kurses