

Studienplan für das Masterstudium Export- und Internationali- sierungsmanagement

Aufgrund des § 25 Abs 1 Z 10a des Universitätsgesetzes 2002, BGBl. I Nr. 120/2002, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 50/2024 wird verordnet:

§ 1 Qualifikationsprofil

Das Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement ist ein deutschsprachiges, sozial- und wirtschaftswissenschaftliches Studium im Sinne des § 54 Abs 1 Universitätsgesetz 2002. Der Fokus liegt auf kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), die sich auf die Internationalisierung vorbereiten und sich in weiterer Folge auf die Steuerung von Internationalisierungsprozessen konzentrieren. Studierende mit wirtschaftswissenschaftlichem Bildungshintergrund lernen zentrale Funktionen in Unternehmen und die in diesen Funktionsfeldern zur Anwendung kommenden Instrumente mit einem breiten Verständnis für die Steuerung von Unternehmen zu verknüpfen.

Im Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement setzen sich Studierende mit dem gesamten Weg von Unternehmen auf internationale Märkte auseinander, von Exporttätigkeiten bis zur Vornahme ausländischer Direktinvestitionen. Studierende entwickeln ein „Entrepreneurial Mindset“, sie erkennen daher Internationalisierung als Entwicklungsoption von Unternehmen, entwickeln innovative Entscheidungsoptionen und entsprechende Umsetzungsmaßnahmen. Sie verknüpfen die entsprechenden strategischen und operativen Instrumente und die notwendigen Verhandlungsfähigkeiten und sozialen Kompetenzen, um Unternehmen hinsichtlich ihrer Internationalisierung zu steuern.

Die Studierenden lernen in vielfältigen, interaktiven Lernsituationen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Anwendung der erlernten Theorien, Instrumente und Methoden auf Management- und Organisationsebene, insbesondere in der Verschränkung von Theorie und Praxis im Rahmen von Projekten mit Unternehmen und Forschungsarbeiten.

Die Absolvent*innen des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement sind Expert*innen auf dem Gebiet des KMU-Managements, insbesondere, wenn Internationalisierung eine zentrale Strategieoption darstellt. Dies qualifiziert sie für eine Vielzahl an Funktionen in Unternehmen, z.B. in der Geschäftsführung, als Leitung von Bereichen mit Exportbezug, als Wirtschaftsdelegierte oder in der Beratung von KMU.

Studierende des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement erwerben folgende generelle Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen:

- Teamfähigkeit: Die Studierenden haben die Fähigkeit, in heterogenen, insbesondere internationalen Teams zu kooperieren und in Gruppen erfolgreich zu kommunizieren; Teams effektiv hinsichtlich der gemeinsamen Zielerreichung zu führen; Diversität in Teams effektiv zu nutzen.
- Kommunikationskompetenz: Die Studierenden können komplexe Themen und Problemstellungen zielgruppengerecht kommunizieren; sicher auf Englisch kommunizieren, sowohl im beruflichen Kontext als auch in internationalen „Fachcommunities“.
- Verhandlungskompetenz: Die Studierenden können lösungsorientiert verhandeln; Verhandlungen gezielt vorbereiten und mögliche Hürden und Chancen vorab identifizieren; Argumente klar und strukturiert darlegen.
- Entscheidungskompetenz: Die Studierenden können unterschiedliche Handlungsperspektiven und Lösungsansätze kritisch evaluieren und den selbst gewählten Ansatz argumentieren.
- Forschung: Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, die aktuelle akademische Literatur kritisch zu diskutieren; eigenständig, den fachspezifischen wissenschaftlichen Standards folgend und theoriegeleitet Forschungsprojekte zu entwickeln und eigenständig umzusetzen.
- Reflexionsfähigkeit: Die Studierenden können das eigene Handeln und die eigenen Perspektiven und Erfahrungen kritisch reflektieren; sie haben die Offenheit Erprobtes aufzugeben, um Neues auszuprobieren.
- Lebenslanges Lernen: Die Studierenden können die eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen kontinuierlich weiterentwickeln.
- Ethisch-soziale Verantwortung: Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, die Rolle von Organisationen in wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Systemen zu verstehen; Verschränkungen zwischen lokalen, regionalen, nationalen, internationalen und globalen Entwicklungen zu erkennen.

Darüber hinaus erwerben die Studierenden durch die Absolvierung des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement folgende fachbezogene Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen:

- Systemisches Denken: Die Studierenden können unterschiedliche Funktionsbereiche von Unternehmen holistisch betrachten und bei der Entwicklung von strategischen und operativen Maßnahmen einbeziehen;
- Methodenkompetenz, insbesondere auf folgenden Gebieten: Methoden der Analyse, Bewertung und Intervention (z.B. Netzwerkanalyse, qualitative Unternehmensanalyse, Fallstudienmethode, clusteranalytische Verfahren, Risikoanalyse) selbständig in Bezug auf die Steuerung von KMU anwenden; strategische und operative Instrumente des KMU- und Außenhandelsmanagements (z.B. SWOT-Analyse, Organisationskulturanalyse, Budgetierung, Kennzahlenanalyse, Zahlungs- und Kurssicherung im Auslandsgeschäft) problemadäquat einsetzen;
- Analysekompetenz, insbesondere auf folgenden Gebieten: Veränderungs- bzw. Internationalisierungspotentiale in KMU identifizieren und aktivieren; aus Internationalisierungsprozessen spezifische Managementanforderungen ableiten; Handlungsperspektiven evaluieren;
- Strategische Lösungskompetenz, insbesondere auf folgenden Gebieten: Komplexe praktische Probleme im Bereich Internationalisierung durch die Kombination unterschiedlicher Perspektiven (Strategie, Finanzierung, Marketing, Risikomanagement, Wirtschaftsrecht) integrativ lösen; im Sinne eines „Entrepreneurial Mindset“ innovative Lösungsoptionen entwickeln und für Entscheidungen evaluieren.

§ 2 Zulassung zum Studium

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement ist der Abschluss eines Vorstudiums iSd § 64 Universitätsgesetz 2002.
- (2) Vor der Zulassung sind folgende qualitative Zulassungsbedingungen zu erfüllen:
 - (1) Ein Vorstudium im Umfang von mindestens 180 ECTS-Anrechnungspunkten und
 - (2) Prüfungen in folgenden Bereichen
 1. Betriebswirtschaft/Volkswirtschaft im Umfang von 70 ECTS-Anrechnungspunkten und
 2. Wirtschaftssprache Englisch oder fachspezifische Lehrveranstaltungen in englischer Sprache im Umfang von 4 ECTS-Anrechnungspunkten.
- (3) Eine Doppelverwendung von Prüfungen durch eine Anerkennung von Prüfungsleistungen aus dem Vorstudium iSd Abs 1 und 2 auf das Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement ist unzulässig.

§ 3 Studienaufbau und ECTS-Anrechnungspunkte

Das Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement dauert 4 Semester und umfasst 120 ECTS-Anrechnungspunkte. Davon entfallen 20 ECTS-Anrechnungspunkte auf die Masterarbeit und 100 ECTS-Anrechnungspunkte auf die Fächer des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement.

§ 4 Prüfungsarten und Platzvergabe

- (1) Die in diesem Studienplan angeführten Prüfungsarten sind in der Prüfungsordnung der WU (Wirtschaftsuniversität Wien) definiert. Dieser Studienplan bildet gemeinsam mit der Prüfungsordnung ein Curriculum gemäß § 25 Abs 1 Z 10a Universitätsgesetz 2002.
- (2) Die Zahl der möglichen Teilnehmer*innen zu Lehrveranstaltungen beträgt mindestens 20 und höchstens 180 pro Semester. Die Plätze werden nach dem first-come-first-served-Prinzip vergeben.

§ 5 Pflichtfächer

- (1) Lehrveranstaltungen und Prüfungen aus den Pflichtfächern des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement sind:

Bezeichnung der Lehrveranstaltung	ECTS-Anrechnungspunkte	SSt	Prüfungsart
Grundlagen des Internationalen SME-Management (30 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Internationales SME-Management: Grundlagen	5	2	PI
Internationales SME-Management: Theorie und Anwendung	5	2	PI
Export und Internationalisierung von SMEs	5	2	PI
Sustainability Management in SMEs	5	2	PI
Internationales Marketing in SMEs: Theorie und Anwendung	5	2	PI
English Business Presentations	5	2	PI
In Vertiefung im Internationalen SME-Management (20 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Corporate Entrepreneurship in SMEs	5	2	PI
Digitalisierung und Soziale Medien in SMEs	5	2	PI

International Corporate Finance für SMEs	5	2	PI
Internationales Risikomanagement	5	2	PI
In Wissenschaftliches Arbeiten (10 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Forschungsdesigns in der SME-Forschung	5	2	FS
Angewandte Methoden der SME-Forschung	5	2	PI
In Forschung & Praxis (10 ECTS-Anrechnungspunkte)			
Fallstudienseminar zur SME-Internationalisierung	5	2	FS
Coaching Masterarbeit	5	2	FS
Nach Wahl der*des Studierenden (insgesamt 30 ECTS-Anrechnungspunkte):			
In Spezialisierung			
und / oder			
In Internationale Erfahrung			
und / oder			
Wirtschaftsbezogene Wahlfächer			

(2) Im Fach „Spezialisierung“ können folgende Lehrveranstaltungen absolviert werden, wobei jede Lehrveranstaltung nur einmal gewählt werden kann:

International HRM and Diversity Management in SMEs	5	2	PI
Interkulturelles Management in SMEs	5	2	PI
Wellbeing and Thriving in SMEs	5	2	PI
International Business Planning in SMEs	5	2	PI
Advanced Foreign Exchange Risk Management for SMEs	5	2	PI
Start-up Internationalisierung	5	2	PI
Spatial Business Analytics	5	2	PI
Internationalisierung von Familienunternehmen	5	2	PI
English Business Negotiations in an SME Environment	5	2	PI

Communicative Competences in Professional International Settings as the Key to Successful SME Performance	5	2	PI
Language and Communication Issues in the Expansion and Internationalization of SMEs	5	2	PI
Internationalisierung von SMEs in Schwellenländern	5	2	PI
Kooperationsmanagement in SMEs	5	2	PI
Dynamic Global Value Chains of SMEs	5	2	PI

- (3) Das Fach „Internationale Erfahrung“ wird nicht an der WU angeboten, sondern kann nur anerkannt werden. Es muss einen wirtschaftlichen Bezug aufweisen und während des Studiums außerhalb Österreichs und außerhalb des Heimatstaates der*des Studierenden absolviert werden. Lehrveranstaltungen müssen an einer anerkannten ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung auf Masterniveau absolviert und mit einer Note beurteilt werden.
- (4) Die Lehrveranstaltungen des Faches „Wirtschaftsbezogene Wahlfächer“ werden vor Semesterbeginn im Vorlesungsverzeichnis explizit ausgewiesen. Sie müssen einen fachlichen Bezug zum Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement und Masterniveau aufweisen sowie während des Studiums an einer anerkannten postsekundären Bildungseinrichtung abgelegt werden.

§ 6 Besondere Voraussetzungen für die Zulassung zu Prüfungen

Die Zulassung zu allen weiteren Lehrveranstaltungen und Prüfungen des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement setzt die positive Absolvierung der Lehrveranstaltung „Internationales SME-Management: Grundlagen“ voraus.

§ 7 Masterarbeit

- (1) Jede*r Studierende hat eine Masterarbeit im Umfang von 20 ECTS-Anrechnungspunkten zu verfassen.
- (2) Voraussetzung für die Beurteilung der Masterarbeit ist die positive Absolvierung der Lehrveranstaltung „Forschungsdesigns in der SME-Forschung“.
- (3) Die Studierenden haben mit der Masterarbeit die Befähigung nachzuweisen, dass sie in der Lage sind, Themen mit Hilfe wissenschaftlicher Forschungsmethoden selbstständig zu bearbeiten.

- (4) Das Thema der Masterarbeit ist einem der Fächer des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement zu entnehmen und in Abstimmung mit dem*der Programmdirektor*in festzulegen. Die Studierenden sind berechtigt, das Thema vorzuschlagen oder das Thema aus einer Anzahl von Vorschlägen der zur Verfügung stehenden Betreuer*innen auszuwählen. Im Übrigen gilt § 33 der Satzung der WU.

§ 8 Abschluss des Masterstudiums

Nach der positiven Beurteilung aller Lehrveranstaltungen und Prüfungen sowie der Masterarbeit ist der*dem Studierenden ein Zeugnis über den Abschluss des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement auszustellen.

§ 9 Akademischer Grad

An Absolvent*innen des Masterstudiums Export- und Internationalisierungsmanagement wird der akademische Grad „Master of Science (WU)“, abgekürzt „MSc (WU)“, verliehen.

§ 10 In-Kraft-Treten

- (1) Diese Verordnung tritt mit 1. Oktober 2024 in Kraft.
- (2) Diese Verordnung ersetzt die Verordnung über einen Studienplan für das Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement, Mitteilungsblatt Nr. 18 vom 1. Februar 2017, in der Fassung der Verordnung Mitteilungsblatt Nr. 30 vom 30. März 2022.
- (3) Die Änderungen dieser Verordnung in der Fassung des Mitteilungsblattes Nr. 33 vom 21. Mai 2025 treten mit 1. Oktober 2025 in Kraft.

§ 11 Übergangsbestimmungen

- (1) Ordentliche Studierende, die zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieser Verordnung zumindest eine Lehrveranstaltung oder Prüfung aus dem Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement gemäß der Verordnung über einen Studienplan für das Masterstudium Export- und Internationalisierungsmanagement, Mitteilungsblatt Nr. 18 vom 1. Februar 2017, in der Fassung der Verordnung Mitteilungsblatt Nr. 30 vom 30. März 2022, positiv absolviert haben, sind berechtigt, dieses Studium nach der am 30. September 2024 geltenden Verordnung bis Ende des Sommersemesters 2027 abzuschließen.
- (2) Wird das Studium nicht fristgerecht abgeschlossen, wird die*der Studierende für das weitere Studium der neuen Verordnung unterstellt.

- (3) Im Übrigen sind die Studierenden berechtigt, sich während der Zulassungsfristen freiwillig der neuen Verordnung zu unterstellen.

Anhang: Fächerbeschreibungen

Grundlagen des Internationalen SME-Management

Nach Absolvierung des Faches „Grundlagen des Internationalen SME-Management“ verstehen die Studierenden den Zusammenhang zwischen Theorie und Methodik des Internationalen SME-Management, können dies in der, für das Studium notwendigen Weise verschränken und verfügen über Diskussionskompetenz sowohl in Bezug auf theoretische als auch auf methodische fachspezifische Inhalte. Studierende haben das spezifische Wissen und die Fähigkeiten für die weiteren vertiefenden Lehrveranstaltungen und Prüfungen des Masterstudiums. Sie sind mit ausgewählten theoretischen Konzepten und praxisrelevanten Ansätzen zu internationalen Veränderungsstrategien im dynamischen Kontext von SME vertraut und sind in der Lage, aktuelle Forschungsergebnisse im Themenfeld des Internationalen SME-Managements zu reflektieren und zur Ableitung von eigenen Lösungsvorschlägen zu verwenden.

Nach Absolvierung des Faches „Grundlagen des Internationalen SME-Management“

- verstehen Studierende die Kerninhalte der behandelten Theoriekonzepte zur Internationalisierung von SME und können diese auf Praxisfälle in der Analyse anwenden;
- verstehen Studierende die internationalen Entwicklungsmuster von Export bis zu kollaborativen Formen der Markterschließung und Direktinvestitionen in SME und können deren Vor- und Nachteile in konkreten Fällen analysieren;
- verstehen Studierende die zentralen theoretischen Ansätze aus dem Bereich der Internationalisierung und des internationalen SME-Managements und können diese für die Analyse von Unternehmensverhalten nutzen, Handlungsempfehlungen ableiten, anwenden und kritisch reflektieren;
- haben sich Studierende die strategischen Optionen sowie konkrete Maßnahmen zur internationalen Weiterentwicklung von SME erarbeitet und sind in der Lage, die Möglichkeiten der Einflussnahme einzuschätzen und zu reflektieren;
- kennen Studierende die Grundprinzipien, Chancen und Herausforderungen des internationalen Marketings in SME und können diese beschreiben;
- verstehen die Studierenden die Bedeutung nachhaltigen Wirtschaftens und von Sustainability, sowie den Stellenwert unternehmensethischer Fragen im Kontext der Internationalisierung von SME, können diese reflektieren und in praktischen Fallstudien diskutieren;
- kennen Studierende die Funktion und Elemente des internationalen Marketings im Rahmen der Internationalisierung von SME und können diese beschreiben und bewerten, sowie die grundlegenden Informationen für die Erstellung der qualitativen und quantitativen Teile eines internationalen Marketingplans recherchieren und einholen;
- verstehen Studierende spezifische englische Terminologie und die wesentlichen relevanten Kommunikationsansätze und können diese in Präsentationen und Verhandlungen zu verschiedenen Themen der Internationalisierung von SME anwenden.

Vertiefung im Internationalen SME-Management

Nach Absolvierung des Faches „Vertiefung im Internationalen SME-Management“ verfügen die Studierenden über ein vertieftes Verständnis verschiedener Modelle und Theorien, die zur Erfassung und Erklärung der Internationalisierung von SMESME verwendet werden.

Nach Absolvierung des Faches „Vertiefung im Internationalen SME-Management“

- sind Studierende in der Lage, Corporate Entrepreneurship im Kontext von SME zu definieren und kennen dessen zentrale Bedeutung für die internationale Entwicklung von SME;
- kennen Studierende die Kernbereiche der Digitalisierung und die wichtigsten Anwendungen im Bereich soziale Medien und können deren Anwendung im Kontext der Internationalisierung von SME auf theoretischer und konzeptioneller Ebene verstehen und unterschiedliche Konstrukte in kombinierter Form zu strukturierten Finanzierungen zusammenfügen;
- verstehen Studierende das strategische Finanzmanagement im Kontext der Internationalisierung von SME auf theoretischer und konzeptioneller Ebene und können unterschiedliche Konstrukte in kombinierter Form zu strukturierten Finanzierungen zusammenfügen;
- verstehen Studierende, wie Unsicherheit und Risiken die internationale Unternehmensplanung beeinflusst und sind in der Lage, die zentralen Techniken des finanziellen Risikomanagements zu beschreiben, diese auf ihren Nutzen hin kritisch zu bewerten und auf reale Situationen zur Lösung praxisrelevanter Probleme anzuwenden;
- sind Studierende in der Lage, Marketingpläne für SME zu erstellen, überzeugend zu präsentieren und in der Gruppe kritisch zu reflektieren und zu kommentieren.

Wissenschaftliches Arbeiten

Nach Absolvierung des Faches „Wissenschaftliches Arbeiten“ sind die Studierenden in der Lage, literaturgestützt Forschungsfragen im Bereich SME und Internationalisierung zu entwickeln und zu ihrer Beantwortung geeignete Forschungsdesigns zu entwickeln.

Nach Absolvierung des Faches „Wissenschaftliches Arbeiten“

- kennen Studierende die grundsätzlichen Forschungsdesigns zur Durchführung von empirischen und konzeptionellen Forschungsprojekten;
- sind Studierende in der Lage, theoretische Modelle heranzuziehen, Hypothesen abzuleiten und diese empirisch mittels statistischer Methoden zu testen;
- können Studierende eigenständig Literaturrecherchen durchführen, wissenschaftliche Quellen korrekt verwenden, zitieren, kritisch hinterfragen und würdigen;
- sind Studierende in der Lage, die Stärken und Schwächen von theoretischen Konzepten kritisch zu beurteilen und ihre Anwendbarkeit zu diskutieren und zu reflektieren;

- können Studierende die Ergebnisse von Forschungsprojekten richtig deuten sowie eigene Forschungsprojekte organisieren und umsetzen, mit Regressionsmodellen kausale Abhängigkeiten zwischen Variablen berechnen und statistische Analysen richtig interpretieren;
- kennen Studierende die Anforderungen an das Verfassen einer Masterarbeit (inklusive fachspezifischen wissenschaftlichen Standards und Definitionen von Plagiaten) und können diese bei der Entwicklung eigener Forschungsprojekte anwenden.

Forschung & Praxis

Nach Absolvierung des Faches „Forschung & Praxis“ sind die Studierenden in der Lage, theoretische Erkenntnisse zur Lösung praktischer Problemstellungen anzuwenden, sowie auf Basis eines eigenständigen Forschungsprojektes Beiträge sowohl zum wissenschaftlichen Diskurs im Bereich internationales SME-Management als auch zur Verbesserung der unternehmerischen Praxis zu leisten.

Nach Absolvierung des Faches „Forschung & Praxis“

- sind Studierende in der Lage, theoretische Konzepte und Orientierungsrahmen auf Entscheidungssituationen zur Internationalisierung in SME anzuwenden;
- können Studierende einen strategischen Plan zur internationalen Entwicklung von SME erstellen und diesen begründen und präsentieren;
- können Studierende einen selbsterstellten Marketingplan und den Prozess der Erstellung kritisch reflektieren und präsentieren;
- können Studierende ein Forschungsproposal verfassen und ein Abstract der Masterarbeit erstellen;
- können Studierende bestehende Forschungsergebnisse kritisch reflektieren und zu anderen Ergebnissen in Bezug setzen sowie die praktische Relevanz von wissenschaftlichen Forschungsergebnissen beurteilen;
- sind die Studierenden in der Lage, im Rahmen einer Masterarbeit eine Forschungsfrage zu spezifizieren, ein Forschungsdesign zu entwerfen und eine inhaltliche und zeitliche Grobplanung der Arbeit durchzuführen;
- können Studierende eine wissenschaftliche Arbeit verfassen und die damit verbundenen Entscheidungen (z.B. Theorie, Methode) eigenverantwortlich treffen sowie die Stärken und Schwächen der eigenen Arbeit kritisch reflektieren;
- sind die Studierenden in der Lage, die laufenden Herausforderungen in der Erstellungsphase der Masterarbeit zu bewältigen und den Umsetzungsprozess der Masterthesis kritisch zu reflektieren.

Spezialisierung

Nach Absolvierung des Fachs „Spezialisierung“ verfügen Studierende über vertiefte Kenntnisse und Fertigkeiten auf Masterniveau in einem selbst gewählten Bereich:

International HRM and Diversity in SMEs

- Die Studierenden sind in der Lage, international ausgerichtete HRM-Strategien zu entwickeln, wie z.B. globaler Personaleinsatz, Personalbeschaffung, Vergütung, Aus- und Weiterbildung, und verstehen, wie wichtig es ist, diese mit der Unternehmensstrategie zu verknüpfen.
- Die Studierenden verstehen, wie Diversity-Management in international operierende SMEs implementiert wird. Dies schließt die Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion am Arbeitsplatz ein.
- Die Studierenden sind in der Lage, zu analysieren, wie kulturelle, institutionelle und organisatorische Faktoren die Auswahl und Anwendung von IHRM-Praktiken beeinflussen. Studierende lernen dabei, IHRM-Praktiken in SME zu kritisieren und Verbesserungen zu empfehlen.
- Die Studierenden können die zentralen Theorien und Konzepte im Bereich HRM, inklusive Diversity Management, auf das Management in SMEs anwenden und praktische Problemstellungen anhand eines vertieften Wissens rund um Fragen des Personalmanagements angemessen analysieren und reflektieren.

Interkulturelles Management in SMEs

- Die Studierenden sind in der Lage, die kulturellen, politischen und sozialen Faktoren zu verstehen, die das Management in verschiedenen Kulturen beeinflussen. Sie können nach Absolvierung des Kurses umsetzbare Empfehlungen für SME entwickeln, die in unterschiedlichen kulturellen Kontexten tätig sind.
- Die Studierenden entwickeln Fertigkeiten zur effektiven Kommunikation und zum Teammanagement in multikulturellen Arbeitsumgebungen. Dies umfasst interkulturelle Kommunikationskompetenzen, Konfliktlösungsstrategien und die Förderung von Teamarbeit in diversen Teams.
- Studierende können Führungsstile und ihre Wirksamkeit in kulturübergreifenden Kontexten bewerten und geeignete Führungstechniken für unterschiedliche globale Umgebungen anwenden.
- Die Studierenden sind in der Lage, ethische Herausforderungen in globalen Geschäftsumgebungen zu analysieren und einen Rahmen für die ethische Entscheidungsfindung in kulturübergreifenden Kontexten kritisch zu bewerten und zu entwickeln.

Wellbeing and Thriving in SMEs

- Die Studierenden sind in der Lage, den theoretischen Hintergrund von Strategien zur Förderung des Wohlbefindens und des Engagements der Mitarbeiter*innen zu verstehen. Sie analysieren verschiedene Strategien und Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung und entwickeln ein Verständnis dafür, wie diese Strategien auf die spezifischen Zwänge und Möglichkeiten von SME zugeschnitten und effektiv angewandt werden können.
- Die Studierenden lernen, Strategien zum Wohlbefinden und Engagement der Mitarbeiter*innen in einem internationalen Kontext kritisch zu bewerten und entwickeln Strategien, die in unterschiedlichen kulturellen Kontexten wirksam sind.
- Die Studierenden reflektieren die ethischen Implikationen von Entscheidungen im Zusammenhang mit dem Wohlbefinden der Mitarbeiter*innen in einem SME

und demonstrieren die Fähigkeit, Veränderungsprozesse in SME zu managen. Die Studierenden sind in der Lage, das eigene Wohlbefinden als Führungskraft in einem SME zu reflektieren.

- Die Studierenden können erkennen, dass eine nachhaltige Organisation, in der das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter*innen geschätzt wird, zur langfristigen Widerstandsfähigkeit und zum Erfolg der Organisation beiträgt.

International Business Planning in SMEs

Nach Abschluss des Kurses

- können Studierende zwischen verschiedenen Arten von internationalen Chancen unterscheiden und verstehen, wie die Entwicklung und Erkennung solcher Chancen die internationale Expansion von Unternehmen ermöglicht;
- verstehen sie, wie Ungewissheit die internationale Unternehmensplanung beeinflusst, und sie können geeignete Entscheidungsheuristiken anwenden, um mit der Ungewissheit verbundene Herausforderungen zu bewältigen;
- können Studierende Methoden und Instrumente der internationalen Unternehmensplanung anwenden, um die Durchführbarkeit internationaler Projekte zu beurteilen und die erforderlichen Ressourcen zu beschaffen;
- verfügen die Studierenden über die akademischen Fertigkeiten, die Forschung zur internationalen Unternehmensplanung zu verstehen und Forschungsergebnisse im professionellen Planungskontext zu nutzen;
- können Studierende einen internationalen Geschäftsplan mit seinen qualitativen und quantitativen Elementen erstellen;
- verfügen sie über die soziale und fachliche Kompetenz, ihren internationalen Geschäftsplan vor einem Expertengremium zu präsentieren und eine Diskussion über dessen Inhalt zu führen.

Advanced Foreign Exchange Risk Management for SMEs

- Die Studierenden entwickeln ein detailliertes Verständnis der internationalen Devisenmärkte und der verschiedenen Finanzderivate zur Absicherung von Währungsrisiken. Dies umfasst Derivate wie Devisentermingeschäfte, Devisenoptionen und Währungsswaps.
- Die Studierenden sind in der Lage, fortgeschrittene Devisenrisikomanagementstrategien zu entwickeln, die speziell auf die Bedürfnisse kleiner und mittlerer Unternehmen zugeschnitten sind. Dazu gehört die Analyse von unterschiedlichen Wechselkursrisiken, um passende Strategien zur Absicherung von Wechselkursrisiken zu identifizieren und umzusetzen.
- Die Studierenden lernen, wie man die Wechselkursrisiko Exposure von SME bewertet und Risikotoleranzprofile erstellt. Dies beinhaltet die Identifizierung von Einflussfaktoren auf die Exposures, wie Handelsaktivitäten, Lieferketten und internationale Geschäftsvorgänge.
- Die Studierenden verstehen, wie Devisenrisikomanagement in die Gesamtstrategie eines Unternehmens integriert wird. Dies schließt die Abstimmung von Devisenrisikomanagementzielen mit den übergeordneten Unternehmenszielen sowie die Kommunikation dieser Strategien mit relevanten Stakeholdern ein.

Start-up Internationalisierung

- Durch die Vertrautheit mit dem Business Model Canvas und die Beherrschung der Kunst des Startup-Pitchings erwerben die Studierenden die Fertigkeit, internationale Geschäftsmodelle visuell zu veranschaulichen, zu gestalten und anzupassen, einschließlich Einblicken in verschiedene Modelle wie abonnementbasierte, Freemium- und Marktplatzansätze.
- Die Studierenden lernen die entscheidende Rolle des Marketings in der globalen Expansion von Startups kennen, indem sie Einblicke in globale Markenstrategien gewinnen und verstehen, wie Marketingansätze angepasst werden können, um eine nachhaltige Relevanz in internationalen Märkten zu gewährleisten.
- Insgesamt entwickeln die Studierenden ein umfassendes Fähigkeitenportfolio, das Startup-Grundlagen, die Gestaltung von Geschäftsmodellen und globale Marketingstrategien umfasst.

Spatial Business Analytics

Die Studierenden lernen die räumlichen Aspekte strategischer Unternehmensentscheidungen kennen und verstehen, sie lernen, wie sie Geographische Informationssysteme (GIS) zur Lösung räumlicher Zuordnungsprobleme nutzen und einsetzen können, und sie arbeiten mit quantitativen Informationen, um einen empirisch fundierten Forschungsbericht zu erstellen. Sie werden auch ein besseres Verständnis dafür erlangen, wie Theorien ihnen helfen, Forschungsprojekte zu gestalten und den methodischen Ansatz für die erfolgreiche Bearbeitung bestimmter Forschungsfragen zu bestimmen.

Zu den vorgestellten Methoden gehören:

- Bewertung von Zielregionen anhand regionaler sozioökonomischer Daten.
- Geomarketing: Definition und Lokalisierung von Zielgruppen durch Analyse der räumlichen Verteilung der Nachfrage mit Hilfe von Konzepten wie HeatMaps, Hot-Spot-Analyse und Kernel-Dichte-Schätzung.
- Standortwahl: Bestimmung (nahezu) optimaler Standorte für Service- und Produktionseinrichtungen, Geschäfte, Lager usw.
- Fahrzeug-Routenplanung: Ermittlung optimaler Routen für die Bedienung einer vordefinierten Gruppe von Kunden.

Internationalisierung von Familienunternehmen

- Die Studierenden sind in der Lage, den Begriff Familienunternehmen zu definieren und die Bedeutung unterschiedlicher Definitionen zu erläutern.
- Sie lernen, die Rollen und das Zusammenspiel von Tradition und Innovation in der Internationalisierung von Familienunternehmen zu bewerten.
- Nach Beendigung des Kurses verfügen die Studierenden über die fortgeschrittenen Fertigkeiten, das theoretische Wissen im Rahmen der Reflexion realer Fälle von internationalisierenden Familienunternehmen und Unternehmerfamilien anzuwenden.

- Überdies fördert diese Lehrveranstaltung die Entwicklung von Problemerkennungs- und -lösungskompetenzen in der Internationalisierung von Familienunternehmen.

English Business Negotiations in an SME Environment

Nach Abschluss dieses Kurses

- haben die Studierenden ein gesteigertes Bewusstsein für die strategische Schlüsselrolle, die Sprache und Kommunikation in Geschäftsverhandlungen spielen;
- verstehen Studierende die Mechanismen, die den in Verhandlungen eingesetzten sprachlichen und kommunikativen Techniken zugrunde liegen;
- sind die Studierenden in der Lage, strategische Sprache (Phrasen und Terminologie) und Verhandlungstechniken effektiv anzuwenden, wobei der Schwerpunkt auf SME-bezogenen Kontexten liegt;
- entwickeln die Studierenden ein verbessertes Verständnis von ihren aktiven und passiven Verhandlungsfähigkeiten.

Communicative Competences in Professional International Settings as the Key to Successful SME Performance

Nach Abschluss dieses Kurses

- sind die Studierenden in der Lage, das richtige Niveau und Register der englischen Sprache anzuwenden, um Beziehungen aufzubauen und mit Kolleg*innen, Kund*innen und Geschäftspartner*innen in Verbindung zu bleiben;
- können sich Studierende sicher in verschiedenen Rollen und Verantwortlichkeiten bewegen;
- entwickeln die Studierenden ein ausgefeiltes und professionelles Auftreten, indem sie verschiedene wesentliche sprachliche und kommunikative Strategien effektiv und angemessen in verschiedenen sozialen Kontexten einsetzen können;
- können Studierende wirksame kommunikative Strategien sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form anwenden, um mit Geschäftspartner*innen und anderen Interessengruppen in einem professionellen Kontext in Kontakt zu treten und sie zu beeinflussen.

Language and Communication Issues in the Expansion and Internationalization of SMEs

Nach Abschluss dieses Kurses

- kennen Studierende die kommunikativen Herausforderungen, mit denen SME in der Anfangsphase konfrontiert sind;
- verstehen Studierende die sich verändernden sprachlichen Anforderungen von SME, die in ausländische Märkte eintreten;

- sind die Studierenden besser in der Lage, die kulturellen und kommunikativen Besonderheiten der verschiedenen Zielmärkte zu beurteilen und zu berücksichtigen;
- sind die Studierenden mit den erforderlichen Englischkenntnissen ausgestattet, um ihr Unternehmen in einem internationalen Umfeld zu fördern.

Internationalisierung von SMEs in Schwellenländern

- Die Studierenden entwickeln ein tiefgehendes Verständnis für die Charakteristika von Schwellenländern und den politischen, wirtschaftlichen und sozialen Risiken, die mit der Internationalisierung von SMEs in Schwellenländern verbunden sind. Dies beinhaltet die Fähigkeit, Risiken zu identifizieren, zu bewerten und Strategien zur Risikominderung, insbesondere die verschiedenen Unterstützungs-/Versicherungsleistungen staatlicher/privater Export Service Provider, zu kennen und zu entwickeln.
- Die Studierenden sind in der Lage, umfassende internationale Markteintrittsstrategien für SMEs in Schwellenländern zu entwickeln und umzusetzen. Dies umfasst die Auswahl geeigneter Markteintrittsmodelle, die Berücksichtigung lokaler Marktbedingungen und die Entwicklung von Innovation in und für Schwellenländer.
- Die Studierenden verstehen die Bedeutung nachhaltiger Geschäftspraktiken in Schwellenländern und lernen, wie sie diese in ihre Internationalisierungsstrategien für SMEs integrieren können. Dies umfasst die Berücksichtigung von Umwelt- und Sozialverträglichkeit sowie ethische Geschäftspraktiken.

Kooperationsmanagement in SMEs

- Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Zusammenhänge im Bereich des Kooperationsmanagements in kleinen und mittelständischen Unternehmen (SMEs) zu analysieren. Dies umfasst die Fähigkeit, relevante Faktoren zu identifizieren, potenzielle Kooperationspartner und interne Ressourcen zu bewerten, um Chancen für erfolgreiche Allianzen zu erkennen.
- Die Studierenden entwickeln die Fertigkeiten, klare und umsetzbare Strategien für die Initiierung, Gestaltung und Implementierung von strategischen Allianzen in SMEs zu entwickeln. Dies umfasst die Integration von Unternehmenszielen, das Management von Allianzen, sowie die Entwicklung von Mechanismen zur Überwachung und Anpassung der Allianzstrategie im Zeitverlauf.
- Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Risiken und Herausforderungen im Zusammenhang mit strategischen Allianzen. Dies umfasst die Fähigkeit, Risiken zu identifizieren, zu bewerten und effektive Maßnahmen zur Risikominderung zu ergreifen. Darüber hinaus entwickeln die Studierenden ein Bewusstsein für die langfristigen Auswirkungen von strategischen Allianzen auf die Nachhaltigkeit von SMEs.

Dynamic Global Value Chains of SMEs

Nach Absolvierung dieser Lehrveranstaltung

- verstehen Studierende den Inhalt der grundlegenden Elemente der GVC-Analyse in der 4. industriellen Revolution;

- erwerben Studierende Kenntnisse über die wichtigsten Akteure und Steuerungsmechanismen in heutigen GVCs;
- sind Studierende in der Lage, wichtige Entwicklungstendenzen in verschiedenen GVCs zu skizzieren, insbesondere im Hinblick auf Möglichkeiten zur Verbesserung von Technologie, Organisation und digitaler und automatisierter Arbeit in SMEs;
- können Studierende theoretische und empirische Erkenntnisse zur Bewertung politischer Empfehlungen zur Verbesserung von SME-GVCs nutzen.