

Vorlesung „Internationales Marketing“

ECTS-Punkte:	2,00
URL	www.hima.uni-saarland.de
Inhalte:	<p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Globale und regionale Integration 2. Erscheinungsformen und Motive der Internationalisierung/Rollen ausländischer Organisationseinheiten 3. Basisoptionen und Entscheidungsfelder des Internationalen Marketing 4. Optionen des Marktengagements Markteintrittsstrategien 5. Betätigungsformen auf ausländischen Märkten (I) 6. Betätigungsformen auf ausländischen Märkten (II) 7. Bearbeitung ausländischer Märkte
SWS:	12
Dauer in Semester:	Blockveranstaltung
Sprache:	Deutsch
Prüfung	Schriftliche Prüfung (Klausur)
Klausurdauer (in Minuten)	60

Übung „Internationales Marketing“

ECTS-Punkte:	-
URL	www.hima.uni-saarland.de
Inhalte:	Im Rahmen der Übung werden die Themengebiete der Vorlesung „Internationales Marketing“ vertieft und ihre Anwendung in einem stärker praxisorientierten Sinne eingeübt. Anhand von Fallstudien, die in Gruppenarbeit bearbeitet werden, bekommen die Studierenden Gelegenheit, interaktiv die praktische Handhabung und Umsetzung der Vorlesungsinhalte kennen zu lernen. Zudem werden die Ergebnisse von Fallstudien präsentiert und diskutiert. Für die Erweiterung um 4 ECTS Punkte wurden die Möglichkeit eingeräumt, eine schriftliche Ausarbeitung von 10 Seiten am Lehrstuhl vorzulegen.
SWS:	4,00
Dauer in Semester:	Blockveranstaltung
Beschreibung:	Erarbeitung in Gruppenarbeit, schriftliche Ausfertigung sowie Präsentation und Diskussion im Rahmen der Übung erforderlich. Voraussetzung für die Teilnahme an der Klausur ist das Bestehen der Übungsaufgabe/Fallstudie, die im Rahmen der Übung angeboten wird
Sprache:	Deutsch
Prüfung	Fallstudienbearbeitung mit Präsentation Schriftliche Ausarbeitung