Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Markets in China 2		04-CBE-8-122-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für China Business and Economics		Institut für Kulturwissenschaften Ost- und Südasiens
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
6	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
<p>Die Vorlesungen dieses Moduls beschäftigen sich zum einen mit dem Konsumverhalten in China und den Marketingstrategien chinesischer und ausländischer Unternehmen auf dem chinesischen Markt und zum anderen mit den auf dem Weltmarkt agierenden chinesischen Unternehmen. Beide Vorlesungen ergänzen sich in ihrer Perspektive. In beiden Vorlesungen werden Entwicklungen und Phänomene anhand ausgewählter Firmenbeispiele vorgestellt und analysiert.</p>		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
<p>Die Studierenden kennen das Konsumverhalten in China und können ihm entsprechende Marketingstrategien für den chinesischen Markt erkennen, beurteilen und entwickeln. Sie kennen auf dem Weltmarkt tätige chinesische Unternehmen und ihre jeweiligen Bedingungen und Strategien.</p>		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
<p>Dieses Modul hat 2 Teilmodule, die Lehrveranstaltungen werden für jedes Teilmodul separat angegeben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 04-CBE-7-2-122: V (keine Angaben zu SWS und Sprache verfügbar) • 04-CBE-8-1-122: V (keine Angaben zu SWS und Sprache verfügbar) 		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>Die Erfolgsüberprüfung dieses Moduls setzt sich aus den nachfolgend beschriebenen 2 Teilmodulprüfungen zusammen. Sofern nichts anderes angegeben ist, sind für den Modulabschluss alle Teilmodulprüfungen zu bestehen.</p> <p>Teilmodulprüfung zu 04-CBE-7-2-122: China's Firms in Global Markets</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 ECTS, Bewertungsart: numerische Notenvergabe • Klausur (ca. 60 Min.) oder mündliche Einzelprüfung (ca. 15 Min.) • Prüfungssprache: Englisch <p>Teilmodulprüfung zu 04-CBE-8-1-122: Consumerism and Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 ECTS, Bewertungsart: numerische Notenvergabe • Klausur (ca. 60 Min.) oder mündliche Einzelprüfung (ca. 15 Min.) • Prüfungssprache: Englisch 		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
--		
Lehrturnus		
--		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		

Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2014)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2012)
Master (1 Hauptfach) Chinese and Economics (2014)
Master (1 Hauptfach) Chinese and Economics (2012)