

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Chinese Markets		04-CBE7-212-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für China Business and Economics		Institut für Kulturwissenschaften Ost- und Südasiens
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
2 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Englische Inhaltsangabe verfügbar aber noch nicht übersetzt.</p> <p>Doing business in China is different from doing business in other markets, and Chinese competitors often differ in their business strategies from other countries' companies. Therefore, foreign firms expanding to China have to adapt their marketing strategies to Chinese customers and consumers, while Chinese firms expanding globally pose a challenge their foreign competitors while they also have to adapt. Based on academic literature and business examples, the module introduces students to the peculiarities of consumerism and marketing in China as well as business strategies of Chinese firms in global markets.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Englische Kompetenzbeschreibung verfügbar aber noch nicht übersetzt.</p> <p>Students learn to consider distinct aspects of consumerism and markets in China and their relevance for marketing strategies of foreign firms operating in China. In addition, they understand how the social, political and economic characteristics of the Chinese market influences internationalization strategies of Chinese firms. By combining the outside-in and the inside-out perspective the develop a deep understanding how differences between societies and markets matter for global business.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + S (2) Veranstaltungssprache: Englisch und Chinesisch		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 15 Min.) Prüfungssprache: Englisch und Chinesisch bonusfähig		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2021) Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2021)		

Master (1 Hauptfach) Chinese Politics and Society (2025)  
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2025)  
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2025)