

SYLLABUS

MODUL 3:

INTERKULTURELLES MANAGEMENT UND NETZWERKEN

Einleitung

Die internationale Geschäftstätigkeit ist ein Aufeinanderprallen vielerlei kleiner Welten. Innovative Produkte und Geschäftsmodelle, attraktive zu erschließende Märkte, oder die internationale Positionierung eines bewährten Produkts – der Weg ist das Ziel. „The way it works“, das ist Kultur. Viele Unternehmen, die erfolgreich den eigenen Markt oder ein bestimmtes Segment bedienen, scheitern in der Umsetzung ihrer Ideen und Projekte an den Gegebenheiten im Zielmarkt oder ihrem Unvermögen, damit umzugehen, sei es ein anderes Land, ein anderer Kontinent, oder nur eine andere Branche. Wie kommt man zu einer rentablen Lösung in der Wildheit der heutigen Wirtschaftswelt?

Das interkulturelle Management beschäftigt sich mit den Feinheiten und unsichtbaren Gesetzmäßigkeiten der Geschäftstätigkeit, sowohl den Kontext der Unternehmung als auch das die beteiligten Individuen betreffend. Es betrachtet kulturelle Besonderheiten von Management, von Unternehmens- und Arbeitskontexten und von Kontaktsituationen. Ein Verständnis des Interkulturellen Managements setzt zunächst ein Grundverständnis von Kultur und Identität voraus. Die Teilnehmer erhalten zu Beginn einen Überblick über die Begriffe und Dimensionen von Kultur und erhalten eine weiterführende Vertiefung in das Interkulturelle Management. Anhand von ausgewählten Anwendungsfeldern wie Unternehmensführung, HRM, Marketing wird die praktische Seite des Interkulturellen Managements aufgezeigt. Die TeilnehmerInnen können die Probleme, Herausforderungen und Chancen interkultureller Interaktionen aus theoretischer, strategischer, prozessorientierter und instrumenteller Perspektive besser verstehen.

Dieses Modul dient als Vorbereitung auf das etwas umfangreichere Modul 6 „Internationale Kommunikation“ und vermittelt den Grundstock an Wissen um Kultur und Management sowie der Förderung interkultureller Handlungskompetenzen auf praktischer Basis.

Dauer

Dieses Modul umfasst in Summe 16 Einheiten, davon sind 8 Einheiten Präsenzzeit und 8 Einheiten Onlinestudium. Eine Einheit dauert 45 Minuten.

Allgemeine Lernziele

Nach Abschluss des Moduls „Interkulturelles Management und Netzwerken“ sind die

TeilnehmerInnen in der Lage:

- Grundbegriffe des Interkulturellen Managements zu definieren und zu verstehen,
- den Einfluss von kulturellen Prägungen, Gegebenheiten und Dynamiken auf das Individuum, ausgewählte Geschäftsbereiche und die Unternehmenstätigkeit im Ganzen zu verstehen,
- Probleme und Aufgaben im Interkulturellen Management in der Berufspraxis zu erkennen, zu analysieren und praktikable, erfolgsträchtige Lösungen zu finden,
- interkulturelle Sensibilität und Handlungskompetenz zu entwickeln,

Inhalt des Moduls

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Themen des Moduls in der Präsenzzeit.

Präsenzzeit	
Zeit	Thema
0,5	Einführung
2	Ich, du und die Welt: Kultur, Grenzen und Identität
2	„The way it works“: Kultur im Management
3	Ausgewählte Arbeitsbereiche des Interkulturellen Managements: Interkulturelle Organisationsführung und Ethik Interkulturelles Marketing (Einführung, Vertiefung folgt in Modul 6) Interkulturelles Personalmanagement
0,5	Zusammenfassung und Fragen
8 Einheiten	

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Aufgaben des Online Studiums.

Online Studium	
Zeit	Thema
1	Vorbereitung auf das Modul
1	Reflexion

2	Fallstudien
1	Videos und Texte
4	Erarbeiten des Aktionsplans für eigenes Projekt
8 Einheiten	

Methode

Im Trainingsmodul werden verschiedene Lehr- und Lernmethoden in Form von Blended Learning verwendet: Vortrag, gemeinsames Erarbeiten der Theorie und der Praxisbeispiele, kurze Präsentationen durch die TeilnehmerInnen, Gruppenarbeit, Gruppenarbeit, Selbststudium. Über die online Lernplattform haben die TeilnehmerInnen die Möglichkeit sich untereinander auszutauschen, sich ein gegenseitiges Feedback zu geben, über Sachverhalte online zu diskutieren sowie die Vortragenden als Unterstützung heranzuziehen. Des Weiteren sind zeitliche Ressourcen für die Vorbereitung auf das Modul sowie die Erarbeitung des Aktionsplans für das eigene Projekt eingeplant.

Bewertung

Bei Absolvierung des Moduls erhält der/die TeilnehmerIn eine Teilnahmebestätigung am Trainingsprogramm. Bei zusätzlicher Präsentation des Aktionsplans für Internationalisierung erhält der/die TeilnehmerIn eine Bestätigung über die erfolgreiche Absolvierung des SMEC+ Trainingsprogramms.

Literatur

Basisliteratur

Lang, R., Baldauf, N. (2016): Interkulturelles Management. Wiesbaden: Springer Gabler.

Bolten, J. (2015): Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. (Insbesondere Sektion „Anwendungsfelder in der Wirtschaft“, 158 – 244).

Stang, A. (2011): „Kultur und Kulturwissenschaft“ von Klaus P. Hansen: Rezension. In: Interculture

Journal 2011, 15. Aufgerufen am 31.08.2018, unter:

<http://www.interculture-journal.com/index.php/icj/article/viewFile/143/244>.

Bennett, M. J. (2004). Becoming interculturally competent. In J.S. Wurzel (Ed.) Toward multiculturalism: A reader in multicultural education. Newton, MA: Intercultural Resource Corporation. Aufgerufen am 31.08.2018, unter:

https://www.idrinstitute.org/wp-content/uploads/2018/02/becoming_ic_competent.pdf.

Weiterführende Literatur

Tamer Cavusgil, S., Knight, G., Riesenberger, J. (2017): International Business: The New Realities. 4th edition, UK: Pearson. (Seite 84 – 113)

Meyer, E. (2014): The culture map. Breaking through the invisible boundaries of global business. Public Affairs.

Hansen, K.P. (2011): Kultur und Kulturwissenschaft. Eine Einführung. Stuttgart: UTB.

Drosdek, A. (2005): Die wichtigsten Philosophen für Manager. Handelsblatt Management Bibliothek. Frankfurt, New York: Campus Verlag.

Weblinks

Robson, D. (2017): How East and West think profoundly different in ways. Aufgerufen am 31.08.2018, unter: <http://www.bbc.com/future/story/20170118-how-east-and-west-think-in-profoundly-different-ways>.

Brendel, D. (2014). Wie Philosophie Sie zum besseren Manager macht. Aufgerufen am 31.08.2018, unter: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/warum-philosophie-sie-zu-einer-besseren-fuehrungskraft-machen-kann-a-995961-2.html>

Maeck, S. & Sommer, C.: “Das Unkalkulierbare zulassen: Der Philosoph Bernhard Waldenfels über die anderen, die Fremdheit und das Bedürfnis nach Ordnung.” Aufgerufen am 31.8.2018, unter: <https://www.brandeins.de/magazine/brand-eins-wirtschaftsmagazin/2009/fuehrung-unterschied/das-unkalkulierbare-zulassen>

Bennett, Milton (1986, 1993, 2004, 2013). The Developmental Model of Intercultural Sensitivity. Aufgerufen am 31.8.2018, unter: <https://www.idrinstitute.org/dmis/Länder- und Marktstatistiken>: <https://globaledge.msu.edu/>