

Gliederung Vorlesung „Internationale Ökonomie“

- 1. Einführung: Veränderungen in der globalen Wirtschaft**
 1. Begriffsbestimmungen
 2. Warum ist die internationale Wirtschaft anders?
 3. Das internationale Umfeld
- 2. Theorien des internationalen Handels und die globale Wirtschaft**
 1. Hauptströmungen volkswirtschaftlicher Theorien
 2. Die Grundlagen der Makroökonomie
 3. Ausgewählte Theorien der Internationalisierung
 1. Prinzip des komparativen Vorteils
 2. Das internationale Produktlebenszykluskonzept
 4. Der internationale Handel und Wechselkurse
- 3. Politik des Welthandels**
 1. Die verschiedenen Handelsbarrieren
 2. Die Instrumente der Außenhandelspolitik
 3. Die internationalen Organisationen und ihre Dynamik
 4. Die wichtigsten Wirtschaftsräume der Welt
- 4. Die Europäische Union und ihre wichtigsten Handelsbeziehungen**
 1. Die EU und ihre Organisation
 2. EU und ihre Handelsbeziehungen
 3. China im Vergleich
- 5. Das internationale Währungssystem**
 1. Das internationale Währungssystem vor 1973
 2. Das Problem der Wechselkurse
 3. Der Euro
- 6. Marktstrategien zur Internationalisierung und Globalisierung von Unternehmen**
- 7. Internationales Marketing-Management**
 1. Rahmenbedingungen des internationalen Marketing (Globale Rahmenbedingungen, Umweltfaktoren, Ökonomische und sozioökonomische Faktoren, Soziokulturelle, Politische, Finanzielle, Rechtliche Faktoren)
 2. Marktanalyse globaler Märkte: Die Auswahl von Auslandsmärkten
 3. Wettbewerbsanalyse
 4. Unternehmensspezifische Faktoren
- 8. Zielmarktstrategien: Die Entwicklung internationaler Marketing-Strategien in Unternehmen**
 1. Formen des internationalen Markteintritts
 1. Export
 2. Strategische Allianzen
 1. Lizenzvergabe
 2. Franchising
 3. Joint Venture
 4. Strategische Allianzen

3. Direktinvestitionen, Tochtergesellschaften

4. Die Wahl der Markteintrittsstrategie

9. Internationales Investitionsgütermarketing

10. Internationales Dienstleistungsmarketing

11. Organisation internationaler Marketingaktivitäten in Unternehmen