

3.3.1 IP INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

(NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG "BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE UND UNTERNEHMENSFÜHRUNG", „KULTUR“ UND „WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE“)

Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit 1 mal jährlich (im WiSe)	Dauer 1 Semester	Geplante Gruppengröße Maximal 40
Lehrveranstaltung <ul style="list-style-type: none"> • Kultur und interkulturelle Kompetenz • Interkulturelle Kommunikation 	Präsenzzeit 4 SWS	Workload/Selbststudium 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	ECTS 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Katharina von Helmolt	Lehrende/r Prof. Dr. Katharina von Helmolt /Prof. Dr. Peter Jandok		
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Modelle der Beschreibung von Kultur und interkultureller Kommunikation • Kultur als Einflussgröße auf Denken, Wahrnehmen und Handeln • Kultur als Ergebnis gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse • Stereotypen, Vorurteile, Rassismus • Chancen und Herausforderungen interkultureller Kommunikation • Interkulturelles Lernen • Interkulturelle Kompetenz • Reflexion persönlicher interkultureller Kompetenz und ihrer Relevanz für eine Beschäftigungsfähigkeit auf dem deutschen und dem internationalen Arbeitsmarkt <p><i>Die Themen werden anhand von Schlüsselbegriffen erschlossen und anhand von Theorien und Modellen vertieft.</i></p>		
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Fach- und Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind für den Einfluss von Kultur auf Denken, Wahrnehmen und Handeln sensibilisiert. Sie wissen um die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen und können Kultur als Ergebnis interpersonaler und gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse deuten. • Die Studierenden kennen grundlegende Kommunikationsmodelle und den Zusammenhang zwischen Kultur und Kommunikation. • Sie können die Wirkung kulturspezifischer Kommunikationsgewohnheiten und den Prozess der Kommunikation theoretisch beschreiben und dieses Wissen auf unbekannte interkulturelle Situationen anwenden. • Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die gelernten Modelle und Theorien auf neue Themenstellungen vergleichbarer Komplexität anzuwenden. Sie können interkulturelle Situationen selbstständig analysieren und bearbeiten. 		

	<p>Kommunikative und soziale Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden vertiefen die Kompetenz des differenzierenden Beobachtens und Reflektierens von interkulturellen Situationen. • Sie erwerben Strategien der Gestaltung von Kommunikation und Interaktion wie zum Beispiel aktives Zuhören in der interkulturellen Zusammenarbeit. • Die Studierenden können Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in Bezug auf Kommunikation einsetzen, um interkulturelle Missverständnisse und Konflikte zu vermeiden bzw. zu bearbeiten und Kooperationsprozesse zielgerichtet zu steuern. <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erkennen die eigene kulturelle Prägung. Sie können ihre eigenen Einstellungen und Haltungen reflektieren. • Sie können die erworbenen Kenntnisse und Methoden anwenden, um ihren eigenen interkulturellen Lernprozess zu reflektieren und zu steuern.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaften Kulturwissenschaften Kommunikationswissenschaften Interkulturelles Management
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min oder Modulararbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	DozentInnenvortrag, Gruppenarbeit, Textanalyse, Fallanalyse, Selbstreflexion
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Straub, J.; Weidemann, A.; Weidemann, D. (Hg.) (2007): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe – Theorien – Anwendungsfelder. Stuttgart Metzler. • Lüsebrink, J. (2012): Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer. 3. Auflage. Stuttgart: Metzler • Bolten, J. (2015): Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. 2. Auflage. Stuttgart: utb. • Schugk, M. (2014): Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft: Grundlagen und Interkulturelle Kompetenz für Marketing und Vertrieb. München: Vahlen. • Weitere aktuelle Literatur wird jeweils in den Veranstaltungen bekannt gegeben.