

Business and Management

ELECTIVE Modules in ENGLISH

Academic year 2005/6

British Economy Week	1
Business Reengineering	2
Contemporary History.....	3
English Literature (The USA in the 20th Century)	4
English Literature (The Utopian Tradition)	5
Global Marketing Management.....	6
Intercultural Management - Managing International Business Culture.....	7
International Business Communication – TOEFL.....	8
International Human Resource Management	9
International Management.....	10
Peace, Terrorism, and War.....	11
Political Sciences.....	12
Professionelle Gesprächsführung in Englisch	13
Selected topics in Modern Marketing	14
Wachstum durch Mergers & Acquisitions, Allianzen und Netzwerke.....	15
Writing and Reading Academic English	16

British Economy Week (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen je Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, FO, WI
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	SG B0

Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die moderne Wirtschaft in Grossbritannien, • kennen den Lehrbetrieb einer britischen Universität, • können die englische Sprache anwenden, • verstehen die englische Kultur.
--------------	--

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Woche intensive Auseinandersetzung mit der Britischen Wirtschaft • Firmenbesuche • Kontakte mit führenden Geschäftspersonen • Gespräche, evtl. Job-shadowing • Industrielle Produktion bei namhaften Firmen • Besuch einer Hochschule
---------------	---

Voraussetzungen	
Workload	60 Stunden, davon ca. 30 Kontaktlektionen
Credits	2 ECTS-Punkte

Lehrmittel	Script Dozentin
Ergänzende	Informationsmaterial
Unterrichtsmittel	Firmenbroschüren, Reisepläne

Business Reengineering (in English)	
Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen pro Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	Zentrum für Strategie
Ziele	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • are able to evaluate core competencies, • can assess whether task-oriented jobs are becoming obsolete as changes in customer bases, competition and the rate of change itself alter the marketplace. • are able to provide clear, specific guidelines of process redesign and the necessary of transformation.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Basic management principles of process redesign • Concentration auf Core Competencies and their time-value • Examination and evaluation of core processes • Design of processes with maximum efficiency • The three C's: Customer, Competition und Change • Critical aspects of process management • Controlling of Change • Topics covered include customer analysis, self-study, identifying and designing new processes, evaluating and implementing the changes.
Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte
Lehrmittel	Hammer, M. /Champy, J.: Reengineering the Corporation. A Manifesto for Business Revolution. 2004
Ergänzende Unterrichtsmittel	<p>Hammer, M.: The Agenda. What every business must do to dominate the decade. 2003</p> <p>Osterloh, M., Frost, J.: Prozessmanagement als Kernkompetenz.2003</p>

Contemporary History 2 ZGSE2

Location:	St. Georgenplatz Winterthur
Lessons per week	2
Status	Elective for Business Administration degree program with focus on General Management, Finance and Informatics
Semester	4th semester/ summer semester
Responsibility for course	Center for Economic Policy

Objectives	<ul style="list-style-type: none"> • A critical view of the world today and our situation in it • An insight into the background and interrelationship of global events • An investigation of the interaction between world opinion, politics and economics • An analysis of information and how to rate its value • Learning how to relate data from different sources and topics • The methodical interpretation of original information • Learning presentation techniques
------------	---

Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> • The role of the USA in the world today • The development of India and China • Political turmoil in the Near East (economics, politics and religion) • Regional development in the former Soviet Union, in Japan and in the ‘tiger’ economies of the Asia-Pacific region • Problems and trends in the third world • The transformation of Europe • Possible developments which cannot be anticipated from present knowledge
------------	---

Requirements	A pass mark in the assessment examination of the Business Administration degree program (ZHW School of Management)
Workload	Approximately 60 hours of which 30 hours are in the form of classroom instruction
Credits	2 ECTS points
Performance measurement	A written test at the end of the semester
Type of instruction	Lectures
Course material	Course material is drawn from various sources and continuously updated as and when required
Supplementary course material	

English Literature (The USA in the 20th Century) (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen pro Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, WI, FO
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	SG BO

Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wichtigen Entwicklungen und Zusammenhänge der Literatur- und Ideengeschichte aus dem angelsächsischen Kulturraum, • können literarischer Texte interpretieren, • erweitern und vertiefen ihre Orientierungskompetenz, • bauen ihren aktive und passive Sprachkompetenz in der Englischen Sprache aus, • erfahren die Literatur als Reflexion der realen Welt.
--------------	--

Inhalt	Die politische und kulturelle Entwicklung der USA im 20. Jahrhundert, in der Wahrnehmung von einigen der bedeutenderen Schriftsteller Amerikas: von John Dos Passos über Scott Fitzgerald, John Steinbeck und Ernest Hemingway bis zu Autoren der Gegenwart
---------------	---

Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte

Lehrmittel	Primärliteratur
Ergänzende Unterrichtsmittel	Handouts des Dozenten

English Literature (The Utopian Tradition) (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen pro Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, WI, FO
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	SG BO

Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wichtigen Entwicklungen und Zusammenhänge der Literatur- und Ideengeschichte aus dem angelsächsischen Kulturraum, • können literarischer Texte interpretieren, • erweitern und vertiefen ihre Orientierungskompetenz, • bauen ihren aktive und passive Sprachkompetenz in der Englischen Sprache aus, • erfahren die Literatur als Reflexion der realen Welt.
--------------	--

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Einblick in die Utopische Tradition der angelsächsischen Literatur • Utopie, ein Phänomen der Neuzeit als Folge der Erfahrung der Veränderbarkeit der Welt • Utopie als radikaler Gegenentwurf zu unserer Welt welcher Grund-Gegebenheiten unserer Existenz beleuchten kann • Utopie als getarntes Instrument zur satirischen Kritik an den gesellschaftlichen Verhältnissen der jeweiligen Zeit • Utopie als „Labor“ für gesellschaftliche Experimente und Visionen, welche sich nicht selten als prophetisch erwiesen haben (aus den Tagträumen von gestern sind dabei gelegentlich auch Albträume von heute geworden) • Utopie als Literaturform, welche sowohl intellektuell herausfordert, als auch gute Unterhaltung bieten kann
---------------	---

Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte

Lehrmittel	Primärliteratur
Ergänzende Unterrichtsmittel	Handouts des Dozenten

Global Marketing Management (in English)

Location	St. Georgenplatz Winterthur
Lesson/Week	2 Lessons/Week
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, FO, WI
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Responsability	Zentrum für Marketing Management
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • are aware of specific marketing issues in an international environment, • are aware of modern marketing techniques, • understand the challenges that companies face in a global environment, • are able to ask the right questions and to acquire analytical tools to make sound decisions at each stage of the marketing cycle.
Content	<ul style="list-style-type: none"> • English is becoming more and more the official working language and access to higher level positions in industry requires professional English skills. This course will allow participants to discuss marketing issues in English. • Introduction to Global marketing and Global marketing environment • Analysing and targeting global market opportunities (global customer, global marketing Information systems and research, segmentation, targeting and positioning) • Global marketing strategy (entry and expansion strategies, cooperative strategies and global strategic partnerships, competitive analysis and strategy) • Creating global marketing programs (product decisions, pricing decisions, global marketing channels and physical distribution, global advertising and promotion) • Managing the global marketing program (leading, organizing and monitoring the global marketing effort)
Requirements	
Workload	60 hours, 30 Lessons
Credits	2 ECTS-Punkte
Teaching material	A combination of presentations, analytic articles and company cases drawn from a variety of different industries (manufacturing and services) with an international scope.
Ergänzende Unterrichtsmittel	

Intercultural Management - Managing International Business Culture (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen pro Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	Zentrum für strategisches Management
Ziele	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • are aware about management cultures, the ways of thinking, the personal and professional conduct and ideas of politeness of business partners from different countries, • recognize how transcultural competency can contribute to personal and organizational development, • understand culturally and socially diverse employees and know how to overcome cultural barriers in the organizational setting, e.g. after mergers, fusions and joint-ventures.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Strategies for stimulating effective communication • Communication structures for dealing with intercultural conflict • Cross-cultural case studies • Doing business in international companies • Communicative activities • Negotiation skills • Concepts of culture, diversity, values and distinctiveness • Analyzing cultural differences in the areas of language use, non-verbal behaviour, and communication • Examine the polarity of company values and traditions and change • Get to know strategies that identify levels of transcultural competence (the dynamics of similarities and differences) • Develop methods for creating shared spaces and synergy in multicultural teams • International Organisations and their roles in international economics: WTO, OECD, GATT, Labour organizations, WWF, IMF
Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte
Lehrmittel	Folienskript, tbd
Ergänzende Unterrichtsmittel	tbd

International Business Communication – TOEFL (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen/Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung BO, WI, FO
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	SG B0

Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die im akademischen Umfeld gesprochene Sprache (Vorlesungen, Diskussionen) verstehen, • können anspruchsvolle Texte aus ihrem Gebiet problemlos lesen, • können in einer fachlichen Diskussion einen strukturierten Beitrag leisten und auf Beiträge von anderen Diskussionspartnern konstruktiv eingehen, • können in Geschäftssituationen in einem internationalen Umfeld effektiv kommunizieren, • können alle wichtigen sprachlichen Strukturen und idiomatischen Redewendungen richtig anwenden, • können ein Thema klar und stilistisch sicher in einem Essay erörtern und anspruchsvolle Fachberichte verfassen, • erzielen in der Papierversion des TOEFL Tests mindestens 600 Punkte (250 in der Computerversion).
--------------	--

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung auf den international anerkannten TOEFL Test (wichtiger sprachlicher Eintrittstest vor allem an amerikanischen Universitäten). Der Test ist strukturiert in die Teile Hörverständnis, sprachliche Strukturen, Leseverständnis und Verfassung eines Essays. • Anwendung der offiziellen TOEFL Software: power preparation materials • TOEFL spezifische Grammatik • Akademisches Englisch (schriftlich und mündlich) • Auseinandersetzung mit und Bearbeitung von authentischen Materialien vor allem aus amerikanischen Medien • Schreibwerkstatt: Abstract, Essay Writing, Critical Commentary
---------------	---

Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte

Lehrmittel	Neuste TOEFL Vorbereitungsunterlagen. Online und Paper.
Ergänzende	
Unterrichtsmittel	

International Human Resource Management (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2.0 Lektionen pro Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, FO, WI Minor in Human Capital Mgmt.
Semester	Sommersemester
Verantwortung	Zentrum für Human Capital Management (raj)
Ziele	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know how to effectively hire, retain, develop and motivate people to achieve businesses results when operating across geographical boundaries, • know about the challenge of international HRM (complexity of the workforce mix, managing diversity, communication, administrating and resourcing human capital), • know about the context of international HRM (organizational models, governance, convergence and divergence in formulating policies, cultural variety), • know about the characteristics of international HRM (breadth of geography, differing social, legal and regulatory systems).
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Basic scope of Human Resource Management tasks • Cross-cultural influences on management • Professional Development • Total Reward • Managing Expatriates • Web-based applications supporting International HR-Management
Voraussetzungen	
Workload	60 hours total, of which at least 30 classroom hours
Credits	2 ECTS Credits
Lehrmittel	Articles, Excerpts from various sources specific to each topic.
Ergänzende Unterrichtsmittel	The course will be taught in English.

International Management (in English)	
Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen pro Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	Zentrum für Strategisches Management
Ziele	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know about the issues of international trade with its various aspects, • know about Triade Nations, which presently shape international trade and investments, • understand international organisations which are instrumental in regulating international business, • can analyse the economic implications of globalisation.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Globalisation is continuing and our society is increasingly becoming a global society - the course in International Management follows these developments • The environment of international business (politics, culture, trade and finance) • Triade and non-triade nations • Regional and globale strategies • Multinationale enterprise • International business strategies (organisations, products, marketing, HRM) • Competitiveness home and abroad • Political risks and negotiation strategies • International business strategies in action (successes and failures) • The future challenge in international business
Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte
Lehrmittel	Folienskript; Selected Case Studies
Ergänzende Unterrichtsmittel	tbd

Peace, Terrorism, and War (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen/Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, FO, WI
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	Zentrum für Wirtschaftspolitik
Ziele	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand the dynamics of the post-Cold-War international System as a framework of economic globalization.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • The international order after the cold war: From bipolarity to hegemony • Conflicts and wars of the nineties: An overview • The risks of triple transition: Cooperation, war, and terrorism in light of realist and functionalist theories • The US as a hegemon: Between isolationism and unilateral internationalism • Case studies: Why transition fails and succeeds • The future of the international world order: Scenarios
Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte
Lehrmittel	<p>Eigenes Skript (english)</p> <p>Literatur: Reader (english)</p>
Ergänzende Unterrichtsmittel	Aktuelle Medienartikel (english)

Political Science 2 PolE2

Location:	St. Georgenplatz Winterthur
Lessons per week	2
Status	Elective for Business Administration degree program with focus on General Management, Finance and Informatics
Semester	4th semester/ summer semester
Responsibility for course	Center for Economic Policy

Objectives	<ul style="list-style-type: none"> • Understanding the mechanisms of the modern international political system as the framework of economic globalization
------------	---

Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> • The basis for, and development of, the system of global players • Modern theories of international relationships: realism v functionalism • Case study: globalization from a realistic and functional perspective (“interdependence and governance”) • Case study: cooperation and conflict from a realistic and functional perspective • Switzerland’s position in a system dominated by global players
------------	---

Requirements	A pass mark in the assessment examination of the Business Administration degree program (ZHW School of Management)
Workload	Approximately 60 hours of which 30 hours are in the form of classroom instruction
Credits	2 ECTS points
Performance measurement	A written test at the end of the semester
Type of instruction	Lectures

Course material	Betts, Richard et. Al: Conflict After the Cold War: Arguments and Causes of War and Peace, New York 1994
-----------------	---

Supplementary course material

Professionelle Gesprächsführung in Englisch (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen/Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, FO, WI
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	SG B0

Ziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die verschiedenen Gesprächsstile und –techniken und können diese anwenden, • kennen die methodischen Grundlagen zur Führung von professionellen Gesprächen und können sie anwenden, • kennen die methodische Grundlagen zur Beratung von Mitarbeitern und Kunden und können sie anwenden, • können schwierige Gesprächssituationen bewältigen, • können Feedback geben und erhalten, • schärfen ihre persönliche Wahrnehmungsfähigkeit zur Sammlung von Informationen, • können die Merkmale des eigenen Gesprächsverhaltens und Arten des Zuhörens bewusst wahrnehmen und auf einen professionellen Standard entwickeln.
--------------	--

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Erster Kontakt, Kennenlernen, Erstgespräche, Gesprächsanfänge • Gesprächsverhalten und Arten des Zuhörens • Motivierende versus konfrontierende Gesprächsführung • Gesprächsstörung und -förderung • Unangenehmes mitteilen, Konfliktgespräche, Widerstand • Verschiedene Arten des Fragens • Gesprächsverläufe, Veränderungen bewirken • Feedback • Unterrichtssprache Englisch
---------------	--

Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte

Lehrmittel	Skript des Dozierenden
Ergänzende Unterrichtsmittel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Paul Watzlawick: Pragmatics of Human Communication, W. W Norton & Company, 2003. ▪ Marshall B. Rosenberg: Nonviolent Communication, Puddledancer Press, 2003. ▪ Christian-Rainer Wiesbach, Professionelle Gesprächsführung, DTV Beck, 2003.

Selected topics in Modern Marketing (in English)

Location	St. Georgenplatz Winterthur
Lesson/Week	2 Lessons/Week
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM, FO, WI
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Responsability	Zentrum für Marketing Management
Objectives	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand what role current marketing issues play in the daily business of innovative companies, • understand the interaction of marketing issues with different areas of the business environment.
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Building customer loyalty through excellent customer service (creating great customer experience) • CRM and cultural change in a CRM organisation • Environment and marketing strategies (cultural and cross cultural influences) • Implementing a marketing strategy at the operational level in a Call Center • Branding Strategies • Integrating distribution in a multi-channel environment • Measuring the efficiency of marketing actions • Marketing and Society: social responsibility and marketing, ethics • Privacy policy and marketing (data protection issues) • Sponsoring
Requirements	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte
Teaching material	A combination of presentations, specialised press articles. exercises, case studies.
Ergänzende Unterrichtsmittel	Guest speakers (external professional)

Wachstum durch Mergers & Acquisitions, Allianzen und Netzwerke (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen pro Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung GM Minor in Entrepreneurship
Semester	Sommersemester
Verantwortung	Zentrum für Strategie
Ziele	
Ziele	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • know about the value of growth through strategic alliances, • understand the role of M&A (seller and buyer side), • can provide a compendium of tools, templates and the proven process for effectively merging two companies (appraisal, operations audit).
Inhalt	
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • A guide to pragmatic Step-by-step instructions on how to successfully complete a merger • Letters of Intent and letters of Interest • Role of intermediaries • Due diligence process • Work on tools you need to see an M&A successfully through at every organizational level • How to minimize the impact of a merger on personnel • Tools to realize the strategic and financial benefits faster • Work out an business appraisal • Create communication strategies • Retaining and recruiting key talent • Designing and managing the integration process • Measuring process • Contract • Closing / Communication • The nature and value of strategic alliances
Voraussetzungen	
Workload	Ungefähr 60 Stunden total, davon 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte
Lehrmittel	
Ergänzende Unterrichtsmittel	Folienskript Galpin, T.J.; Herndon, M.: The Complete Guide to Mergers and Acquisitions.2001

Writing and Reading Academic English (in English)

Ort	St. Georgenplatz Winterthur
Kontakt-Stunden	2 Lektionen/Woche
Status	Wahlmodul für Studiengang BO Studienrichtung BO, WI, FO
Semester	Winter- und/oder Sommersemester
Verantwortung	SG B0

Ziele

- Verbesserung der Fähigkeit akademisches Englisch zu lesen und zu schreiben
- Akademische Berichte (reports) effizienter, exakter und stylistisch besser verfassen.
- Entwicklung effektiver Lesefähigkeiten, wie z.B. rasches Lesen, Überfliegen, zielgerichtetes Lesen sowie Vokabularverständnis aus dem Kontext.

Inhalt

- Strukturierung der einzelnen Teile eines Berichtes.
- Entwicklung einer klaren Argumentation und einer flüssigen Struktur der einzelnen Abschnitte eines Berichtes.
- Verbesserung der Stylistik (dadurch bessere Leserlichkeit des Textes)
- Vermeidung häufiger grammatikalischer und stylistischer Probleme im Zusammenhang mit akademischen Schriften.
- Feedback zu schriftlichen Arbeiten der Teilnehmenden.
- Redigieren von ersten Entwürfen der Teilnehmenden.

Voraussetzungen

Workload	60 Stunden, davon ca. 30 Kontaktstunden
Credits	2 ECTS-Punkte

Lehrmittel

Ergänzende

Unterrichtsmittel

Script DozentIn
Materialien aus folgenden Werken:
Successful Scientific Writing
 by Janice R Matthews, John M Bowen and Robert W Matthews
 (Cambridge University Press, Second edition 2000)
Technical Writing and Professional Communication for Non-native Speakers of English
 by Thomas N Huckin and Leslie A Olsen
 (McGraw Hill International, Second edition 1991)