

Kursbeschreibungen

Wirtschaftsingenieurwesen

Stand: 16.08.2020

Bezeichnung	P/W	Credits	Seite
Chinese Economic System	P	2	3
Chinese History and Culture		2	4
E-Business		4	5
Empirical Analysis of Business Administration		4	6
Empirical Analysis of Strategy Management		4	8
Lean Management		4	9
Logistics and Supply Chain Management		4	11
Corporate Culture		2	13
Green Manufacturing		2	14
International Cultural Competence and Communication		2	15

P: Pflichtfach, W: Wahlpflichtfach

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule </div>		Fach	Chinese Economic System		
		Kreditpunkte	2	Sprache	Deutsch
Kurzfassung	Das Modul vermittelt den Studierenden einen Überblick über die chinesische Wirtschaftsordnung insbesondere unter Berücksichtigung der Transformation in den vergangenen Dekaden sowie den Kausalzusammenhang zwischen der Wirtschaftsentwicklung und den Wirtschaftsreformen Chinas.				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sollen Grundkenntnisse der systemformenden und – beeinflussenden Faktoren der chinesischen Wirtschaftsordnung erlangen. - Die Studierenden sollen ein allgemeines Wissen über die Wirtschaftsentwicklung und die begleitende gesellschaftliche Entwicklung Chinas in den letzten Jahrzehnten erwerben. 				
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach				
Voraussetzungen	ABWL und AVWL				
Studieninhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Chinesische Wirtschaftsordnung - Strukturen und Bestimmenden Faktoren von Wirtschaftssystemen - Grundelemente, formende und beeinflussende Faktoren der chinesischen Wirtschaftsordnung - Wirtschaftsentwicklung Chinas - Historische Betrachtung - Wirtschaftsreformen - Kausalerklärung der chinesischen Wirtschaftsentwicklung in ordnungspolitischer Hinsicht - Umfassende Betrachtung und Bewertung der chinesischen Wirtschaftsentwicklung unter wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Aspekten 				
Literatur	Peters, H.-R., Einführung in die Theorie der Wirtschaftssysteme, München 1997 Wagner, H., Wachstum und Entwicklung, München 1997 Feng, X., die chinesische Treuhandanstalt, Baden-Baden 1998 赵津, 中国近代经济史, 天津 2009 ZHAO, J. Wirtschaftsgeschichte Chinas in der neuen Zeit, Tianjin 2009				
Verantwortliche/r	Prof. FENG Xiao				

CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule		Fach	Chinese History and Culture		
		Kreditpunkte	2	Sprache	English
Kurzfassung	Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse der chinesischen Kultur in einem auf chinesische Unternehmen bezogenen betriebswirtschaftlichen und managementwissenschaftlichen Kontext. Die Veranstaltung soll dazu beitragen, dass die Studierenden neben dem wirtschaftsingenieurwissenschaftlichen Fachwissen auch die Anwendungsfähigkeit ihres Fachwissens in chinesischen Unternehmen erwerben können.				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sollen ein gesamtes Bild über die chinesische Kultur in historischer Hinsicht sowie in Anbetracht der neuen Gesellschaftlichen Entwicklung erhalten. - Die Studierenden sollen die von der kulturellen Seite geprägten typischen Führungsstile, Führungsmethoden und Kommunikations- sowie Koordinationswege in chinesischen Unternehmen kennen. - Die Studierenden sollen die Fähigkeit, Lösungsansätze für grundlegende Managementaufgaben unter Berücksichtigung des chinesischen kulturellen Einflusses zu entwickeln, erwerben. 				
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach				
Voraussetzungen					
Studieninhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Historische Betrachtung der chinesischen Kultur und des chinesischen Kulturraumes. - Chinesische Kultur unter Einfluss der Öffnungspolitik in der neuen Zeit und Gegenwart. - Niederschlag der chinesischen Kultur in der gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Ordnungen. - Ausprägung der chinesischen Kultur in der unternehmerischen Welt und am Geschäftsalltag. - Sonderheit der Unternehmensführung, der unternehmensin- und -externen Kommunikationen sowie Koordination in Hinsicht auf den Einfluss der chinesischen Kultur – mit ausgewählten Beispielen. 				
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - 《中国文化》，作者韩鉴堂，北京语言文化大学出版社，1999年版 - "Chinesische Kulture" von Han Jiantang, Beijing Sprache und Kultur, University Verlag, Ausgabe 1999. - 《外国人看中国文化》，作者朱小雪，旅游教育出版社，2003年版 - "Chinesische Kultur aus fremder Sicht" von Zhu Xiaoxue, Tourismus und Bildungs Verlag, Ausgabe 2003. - 3, 《中国语言文化讲座》，作者张英，北京大学出版社，2008年版 - "Seminar zur chinesischen Sprache und Kultur" von Zhang Ying, Beijing University Verlag, Ausgabe 2008. - 《东方韵味》，作者廉德瑰，北京大学出版社，2008年版 - " Oriental Charme" von Lian Degui, Beijing University Verlag, Ausgabe 2008. 				
Verantwortliche/r	Ms. FENG Yinghua				

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule </div>		Fach	E–Business		
		Kreditpunkte			
Kurzfassung	This is a fundamental course of e-business, with the emphasis on it's concepts and applications of electronic business and electronic commerce from a managerial perspective.				
Lernziele	The students should have, after having learnt the course, the basic knowledge of e-business and e-commerce, including, not limited to, their concepts from many perspectives, related technologies mainly concerning modern information technologies, their applications including enterprise e-business systems, their strategies and development methodologies, and management challenges or impact faced by enterprises.				
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach				
Voraussetzungen	Abschluss "Basics of Computer Hardware and Software", "Marketing", "Enterprise Business and Management"				
Studieninhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentals of e-business and e-commerce - Information technologies - Business applications of e-business and e-commerce, the enterprise e-business systems - Business and IT strategies and information systems development - Management challenges, ethical and security issues of information systems 1 SWS Labor				
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Bocij, P., et al, Business Information Systems, Technology, Development and Management of the E-Business, Pearson Education, 2008 - O'Brien, J., Management Information Systems, Managing Information Technology in the Business Enterprise, McGraw-Hill, 2004 - Turban, E., et al, Electronic Commerce, A managerial Perspective, Pearson Education, 2010 				
Verantwortliche/r	Prof. LIU Yili				

CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule		Fach Empirical Analysis of Business Administration - Communication and Innovation		
		Kreditpunkte 2	Sprache English	
Kurzfassung	This course is intended for students who want to know how to have a better communication in a multi-cultural background, how communication matters in our life and business, what is going on in the leading edge of creative thinking research, in which ways can we improve our creative confidence, how to promote teamwork at your workplace, and how to be a giver in a team.			
Lernziele	Students are expected to understand the importance of communication in the globalized world, to have a deeper understanding of basic theories about public diplomacy, to break through thinking blocks, to activate and improve creative thinking.			
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach			
Voraussetzungen	Basic knowledge about management theory and principles			
Studieninhalt	<ol style="list-style-type: none"> 1. The Art of Communication: 2. Communication makes life better 3. Bridging the Communication Gap 4. Public Diplomacy and Intercultural Communication 5. The Wisdom of Public Diplomacy 6. The Art of Innovation 7. An Worldwide Overview of Creative Thinking Development 8. Creative Confidence I 9. Creative Confidence II 10. Chinese Creative Thinking Strategy: Do Nothing and Do Everything 11. Creative Thinking Strategy 12. How to be a Giver? 			
Literatur	ZHAO Qizheng, <i>Cross-Border Dialogues: The Wisdom of Public Diplomacy</i> , New World Press, 2012, ISBN: 9787510426551 ZHAO Qizheng <i>Bridging the Communication Gap</i> , CHINA INTERNATIONAL PRESS, 2009, ISBN: 9787580514062 ZHAO Qiguang, <i>Do Nothing and Do Everything: An Illustrated New Taoism</i> , Paragon House, 2010, ISBN: 978155778894 Tom Kelly, David Kelly, <i>Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All</i> , William Collins, 2015, ISBN: 0008139385 Tom Kelly, <i>The Art of Innovation: Lessons in Creativity From IDEO, America's Leading Design Firm</i> , CURRENCY, 2001, ISBN: 0385499841 Judy Robinett, <i>How to Be a Power Connector: The 5+50+100 Rule for Turning Your Business Network into Profits</i> , McGraw-Hill Education, 2014, ISBN: 0071830731			
Verantwortliche/r	Prof. YU Ying			

CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule		Fach Empirical Analysis of Business Administration - Marketing		
		Kreditpunkte 2	Sprache English	
Kurzfassung	Marketing is a basic course for Business Management major students. It is very important for the students to grasp and apply proficiently the core concepts of the courses and learn the international theoretical results and development in this area. It is made up of basic theory, basic methods and practical tools. Students will master the theories and the skills of marketing to recognize, analyze and solve the issues about marketing. Furthermore, they can apply what they learn in practice of marketing management.			
Lernziele	Students are expected to:1) correctly understand and grasp the basic theory and the core concept of marketing;2) skillfully apply the theory, methods and tools of marketing to analyze and solve practical problems or cases;3) take active part in discussion and case study in class;4) work out market strategy together with classmates according to the requirement of teacher.			
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach			
Voraussetzungen	Microeconomic, Macroeconomic, Management Theory			
Studieninhalt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preface Basic concepts and theory 2. Marketing Environment Analysis Macro and Micro Marketing Environment 3. Marketing Planning 4. STP Segmenting, Targeting, Positioning 5. Customer Satisfaction and Customer-Perceived Value 6. Competition Strategy 7. 4p's Strategy Product, Pricing, Placement, Promotion 8. Important tools: SWOT, STP, BCG, five competition forces, 4p's Mix, Product Life Cycle 			
Literatur	Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Taihong Lu. Marketing Management in China. 13rd edition, Person Press, 2013.9, ISBN:9789880018176			
Verantwortliche/r	Prof. Wang Yijun			

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule </div>		Fach	Empirical Analysis of Strategy Management		
		Kreditpunkte	4	Sprache	English
Kurzfassung	Im Modul werden Kenntnisse über die Anwendung von Standortplanungsmodellen anzuwenden. Des Weiteren werden Ansätze vermittelt, Optimierungsmodelle zur SO-Planung praktisch zu nutzen.				
Lernziele	Mit der Veranstaltung wird ein vertieftes Verständnis zur quantitativen Planung und Bewertung von einem oder mehreren betrieblichen Standorten unter anwendungsorientierten Bedingungen vermittelt.				
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach				
Voraussetzungen					
Studieninhalt	<ul style="list-style-type: none"> - 1. SO-Planung als strategische Aufgabe - 2. SO-Planung in Netzen - 3. Problemarten: Median, Warehouse Location, Zentren, Hub-Location, Location-Routing, Quadratische Zuordnungsprobleme - 4. SO-Modelle zu formulieren - 5. computergestützte SO durchzuführen - 6. Heuristiken für die Standortplanung 				
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Berman, D. Krass (co-ed.): Recent Developments in the Theory and Applications of Location Models: A Preview Ann. of OR 111, 2002 (special issue) - J. Bramel, D. Simchi-Levi: The Logic of Logistics – Theory, Algorithms, and Applications of Logistics Management Berlin 1997 - L. Brotcorne, G. Laporte: Ambulance location and relocation models EJOR 147, 451-463, 2003 - R. K. Cheung: Impact of dynamic decision making on hub-and-spoke freight transportation networks Ann. of OR 87, 49–71, 1999 - Z. Drezner, H. W. Hamacher: Facility Location - Applications and Theory Berlin 2004 				
Verantwortliche/r	Ms. FENG Yinghua				

CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule	Fach	Lean Management		
	Kreditpunkte	4	Sprache	German
Kurzfassung	Die Studierenden werden in die Konzeption hinter dem Begriff "Lean" eingeführt. Dies beinhaltet die begriffliche Auseinandersetzung und die Auseinandersetzung mit typischen Werkzeugen.			
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> - Stichworte: Taylorismus, Fordismus, Deming, Business Process Reengineering (BPR) - Was bedeutet Lean? - Lean eine Unternehmensphilosophie – die 14 Managementprinzipien - Wie beeinflusst die Einführung von Lean Ihr Unternehmen und was bringt es? - Was ist Gemba-Nähe und was hat das Management damit zu tun. 			
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach			
Voraussetzungen				
Studieninhalt	Die Lehrinhalte basieren auf theoretischen Modellen, empirischen Befunden und praxisorientierten Konzepten des General Managements: <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen und Inhalte der wertorientierten Unternehmensführung, sie sind in der Lage, wesentliche Werttreiber zu identifizieren, in ihrem Zusammenwirken zu beurteilen sowie anwendungs- und umsetzungsbezogene Schlussfolgerungen zu ziehen. - Die Studierenden erkennen Handlungs- und Gestaltungsbedarfe hinsichtlich eines wirkungsvollen Einsatzes der Managementkonzepte in der Unternehmenspraxis sowie Notwendigkeiten einer Anpassung, Modifikation und Weiterentwicklung der Managementkonzepte, um deren Erfolgswirksamkeit und Nachhaltigkeit zu verbessern. - Basiskonzepte des organisatorischen Wandels (organisatorische Gestaltung und Business. Reengineering versus Organisationsentwicklung); - Organisation und Unternehmenskultur; Bestimmungsfaktoren des organisatorischen Wandels - Organisationsanalyse und -diagnose; Grundsätze und Methodik des organisatorischen Wandels; Instrumente und Verfahren der Unternehmensentwicklung; - Veränderung der Unternehmenskultur, -struktur und -prozesse; Rolle, Aufgaben und Verantwortung des Change Managers/Organisationsentwicklers 			
Literatur	Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management, 10. Aufl., Frankfurt am Main			

	<p>2002 Schwan, K.: Organisationsgestaltung, München 2003 Zink, K.: TQM als integratives Managementkonzept, 2. Aufl., München 2004 Trebesch, K. (Hrsg.): Organisationsentwicklung, Stuttgart 2000 Coenenberg, A. G./Salfeld, R.: Wertorientierte Unternehmensführung, Stuttgart 2003 Egger, A. u.a.: Managementinstrumente und Managementkonzepte, Stuttgart 1999 Simon, H./Gathen, A. von der : Das große Handbuch der Strategieinstrumente, Frankfurt am Main 2002 Betsch, O./Groh, A./Lohmann, L.: Corporate Finance, München 2000</p>
Verantwortliche/r	Prof. YOU Xiaoyue

CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule	Fach	Logistics and Supply Chain Management		
	Kreditpunkte	4	Sprache	English
Kurzfassung	<p>This course is one of the core courses for the major of Economic Engineering. The logistics and supply chain management includes all the direct and indirect links to satisfy customers' demand. This course discusses the the management of material flow, information flow and fund flow inside and between the links. This course consists of 6 parts: building a strategic framework to analyze supply chains, designing the supply chain network, planning demand and supply in a supply chain, planning and managing inventories in a supply chain, designing and planning transportation networks, managing cross-functional drivers in a supply chain.</p>			
Lernziele	<p>This course can help students understand and master the basic principles and core idea of logistics and supply chain management, and know about the new ideas, new concepts and new methods at home and abroad.</p> <p>The students are cultivated to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Understand excellent supply chain strategy, plan and operation are of key importance to each enterprise. 2) Master how to make use of the key drivers, such as the inventory, transportation, information and facility, to improve the enterprise performance in supply chain strategy, plan and operation. 3) Analyze the practical issues by using the logistics and supply chain management theories and methods and the related software, such as Excel. 			
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach			
Voraussetzungen	Operations Research, Probability Theory			

Studieninhalt	<p><u>Part 1 Building A Strategic Framework To Analyze Supply Chains</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Understanding the Supply Chain 2. Supply Chain Performance: Achieving Strategic Fit and Scope 3. Supply Chain Drivers and Metrics <p><u>Part 2 Designing The Supply Chain Network</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Designing Distribution Networks and Applications to e-Business 2. Network Design in the Supply Chain 3. Designing Global Supply Chain Networks <p><u>Part 3 Planning Demand And Supply In A Supply Chain</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demand Forecasting in a Supply Chain 2. Aggregate Planning in a Supply Chain 3. Planning Supply and Demand in a Supply Chain <p><u>Part 4 Planning And Managing Inventories In A Supply Chain</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Managing Economies of Scale in a Supply Chain; Cycle Inventory 2. Managing Uncertainty in a Supply Chain: Safety Inventory 3. Determining the Optimal Level of Product Availability <p><u>Part 5 Designing And Planning Transportation Networks</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Transportation in a Supply Chain <p><u>Part 6 Managing Cross-Functional Drivers In A Supply Chain</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sourcing Decisions in a Supply Chain 2. Pricing and Revenue Management in a Supply Chain 3. Information Technology in a Supply Chain 4. Coordination in a Supply Chain
Literatur	<p>Huo Jiazhen, Logistics and supply chain management, Higher Education Press, 2006.</p> <p>Sunil Chopra, Supply Chain Management, the 5th Edition, Tsinghua University Press.</p> <p>Donald J. Bowersox, Supply Chain Logistics Management, 4th Edition</p>
Verantwortliche/r	Dr. ZHAO Jin

CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule	Modul	Corporate Culture		
	Kreditpunkt	2	Sprache	Deutsch
Kurzfassung	Entstehung der Unternehmenskultur als Forschungsparadigma. Zentrale Begriffe und Prinzipien bei der Wahrnehmung, Auseinandersetzung, Evaluation und Entwicklung der Unternehmenskultur; Zusammenhang der Unternehmenskultur mit der Unternehmensfuehrung.			
Lernziele	Die Veranstaltung stellt zentrale Begrifflichkeit, Prinzipien und Werkzeugen zur Verfuegung, um ein sensibles Wahrnehmen und Auseinandersetzen mit der Unternehmenskultur, besonders im interkulturellen Hintergrund zu fodern und zu foedern.			
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Pflichtfach			
Voraussetzunge	Completion of all preceding courses for BWL students			
Studieninhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklungsgeschichte des Konzeptes der Unternehmenskultur in der Managementlehre - Begrifflichkeit der Unternehmenskultur - Die Entstehung und Entwicklung der Unternehmenskultur - der Einfluss von Unternehmenskultur auf das Innenleben von Organisation - Unternehmenskultur und Unternehmenserfolg - bewusste Auseinandersetzung mit der Unternehmenskultur - Kulturassessment 			
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Sackmann, Sonja. Unternehmenskultur:Erkennen-Entwickeln-Veraendern. Erfolgreich durch Kulturbewusstes Management. 2. Auflage. Springer. 2017. - Schein, Edgar. The Corporate Culture Survival Guide. 2009. 			
Verantwortliche/r	Dr. ZHENG Jianping			

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule </div>		Fach	Green Manufacturing		
		Kreditpunkte	2	Sprache	English
Kurzfassung	The course explores the recent developments in green manufacturing. It introduces the definition and the importance of green manufacturing, addresses the strategy of analyzing and practicing green manufacturing and examples of applications from the level of the manufacturing process, machine, systems, as well as the supply chain and packaging.				
Lernziele	Students are required to: <ul style="list-style-type: none"> - understand the importance of green manufacturing - get an overview of the strategy of analyzing and practicing green manufacturing - explore the recent developments and applications in green manufacturing 				
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Wahlpflichtfach				
Voraussetzungen	manufacturing technology				
Studieninhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Introduction to Green Manufacturing - Principles of Green Manufacturing - Closed-Loop Production Systems - Environmentally Friendly Machining - Green Manufacturing Through Clean Energy Supply - Packaging and the Supply Chain - Green Manufacturing With Focus On the Automobile 				
Literatur	<ol style="list-style-type: none"> 1. David A. Dornfeld, Green Manufacturing: Fundamentals and Applications, Springer, 2013 2. Paulo Davim, Green Manufacturing: Process and Systems, Springer, 2013 3. U.S. Dixit D.K. Sarma J. Paulo Davim, Environmentally Friendly Machining, Springer, 2012 				
Verantwortliche/r	Dr. WANG Lujiong				

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> CDHAW Chinesisch-Deutsche Hochschule </div>		Modul	Interkulturelle Kompetenz & Kommunikation		
		Kreditpunkt	2	Sprache	Deutsch/Englisch
Kurzfassung	Das Wissen um die entsprechende chinesische Kultur hilft den Studenten wesentlich dabei, die richtige Interpretation der chinesischen Verhaltensweisen zu finden. Wir werden zunächst ausführlich die Theorie und anschließend die chinesischen Kulturen besprechen, um darauf einige Praxistipps für einen erfolgreichen Aufbau der China-Kompetenz abzuleiten.				
Lernziele	Überblick über Theorien, Praxis, Entwicklungen der interkulturellen Kompetenz & Kommunikation. Grundwissen für kulturelle Unterschiede & Interkulturelle Grundkenntnisse. Allgemeine Regeln des sozialen Spiels und kulturelle Dimensionen. Grundlegendes Verständnis der kulturellen Werte von Chinesen und der fundamentalen Unterschiede zu westlichen Kulturen. Kommunikationskenntnisse mit Chinesischen in der Praxis				
Einordnung	BA-Studienprogramm an der CDHAW Regelsemester: 7 [Hauptstudium] Art: Wahlpflichtfach				
Voraussetzungen	Keine				
Studieninhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einleitung: Interkulturelle Kompetenz und Kommunikation - Die Regeln des sozialen Spiels - Kulturelle Werte der Chinesen - China-Kompetenz: Kommunikation und Verhalten in China 				
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov. Lokales Denken, globales Handeln. 6 Auflage - Xiaojuan Ma, Florian Becker. Business-Kultur in China. 2015 - Barbara Hey, Manuel Lauer. China-Kompetenz für Wissenschaftler. 2017 				
Verantwortliche/r					