



**Study:**  
**Qualification:**

# Asian Expertise International Product-Management EXKURSION



**Where:**  
**How:**  
**Subject:**



**Asia**  
**Intercultural Management**  
**International Management**



**WHO:**

**Prof. Dr. Udo Müller**





### Excursion Asia

The central element of the event is an Asian excursion through which a practice-oriented, intercultural, product-political and digitization-related Asia expertise is developed. In addition, a presentation will be created that deals with an intercultural, product-political or digital Asian topic

### Thematic focus

- Asian markets (information / trends / framework conditions)
- Asia: Product & Service
- Claims / target groups / business & product concepts
- Economic case studies
- Asia: intercultural
- Society & Norms
- Behavior, communication, negotiation
- Asia in digitization

### Process & organization

Kick-off event with Presentation of content & planning / project topics / group formation Transfer, inspiration or coaching consultation hours by appointment

**Language:** In Asia: Englisch

**Corona:** in accordance with participants a change of dates possible or see 1\*

Transfer of practice

Visit abroad: study of society, culture and economy

Explore more dynamic and growing markets in Asia

Experience of behavior in Asia



product policy & digitization  
competence in the context of Asian markets

Develop, expand and training of personal intercultural competence



*\*1: in special cases an alternative examination possible*

**Travel-focus : according economy & social situation**  
Priority of plan : China, Singapur, Malaysia, Indonesia and others  
July 20xx – n.b.P.  
(8days own planning)

**Teilnehmerzahl begrenzt**  
**Co-payment Exc.:**  
xxxx CHF plus flight/Hotel & catering

**contact:**  
Dr. Udo Müller  
prof.dr.udo.mueller@googlemail.com



## Asienexkursion

Zentrales Veranstaltungselement ist eine Asienexkursion, über die eine praxisorientierte interkulturelle, produktpolitische und digitalisierungsbezogene Asien-Experte erarbeitet wird. Begleitend wird eine Präsentation erstellt, die ein interkulturelles, produktpolitisches oder digitales Asien-Thema behandelt.

## Thematische Schwerpunkte

- Asiatische Märkte (Informationen / Trends / Rahmenbedingungen)
- Asien: Produkt- & Dienstleistung
  - Ansprüche / Zielgruppen / Geschäfts- & Produktkonzepte
  - Ökonomische case-studies
- Asien: Interkulturelles
  - Gesellschaft & Normen
  - Verhalten, Kommunikation, Verhandlung
- Asien in der Digitalisierung

## Ablauf & Organisation

- Auftaktveranstaltung zu Beginn des Semesters
  - Vorstellung Inhalte & Planung / Projektthemen / Gruppenbildung
- Transfer- Inspirations- bzw.. Coaching-Sprechstunden auf Terminierung
- Asienexkursion (In vorlesungsfreier Zeit / Juli/Feb)\*1
- Präsentationskolloquium nach o. während Exkursion

**Kurssprache:** Asien vor Ort: Englisch / Präsentationen: Englisch / Auftakt & Sprechstunden: D&E

**Corona:** im Einvernehmen ist zeitliche Anpassung der Exkursion mögl.oder1\*

## Praxisexkurs

Auslandsbesuch: Studium von Gesellschaft, Kultur und Wirtschaft

*Erkunden dynamischer und wachsender Märkte in Asien*

Handlungsmuster des asiatischen Verhaltens erfahren



Produktpolitische & Digitalisierungskompetenz im Kontext Asiatischer Märkte entwickeln

Persönliche Interkulturelle Kompetenz entwickeln, erweitern, trainieren



**Reise-Fokus :** entsprechend Weltwirtschaft & Geschehen  
Planungspriorität : China, Singapur, Malaysia, Indonesien u.a.  
Juli 20xx – n.b.P.  
(8Tage + eigener Planung)

**Kontakt:**  
Dr. Udo Müller  
muud@zhaw.ch  
Teilnehmerzahl begrenzt

*\*1: In besonderen Ausnahmefällen wird die Präsentation unter Auflage als Kursbeleg angerechnet*

**Kostenbeteiligung Exk.:**  
xxxx CHF zuzüglich Flug/ÜN & Verpflegung