

Internationale Wettbewerbsstrategien

Die globale Wirtschaft und die Herausforderung China

Bearbeitet von
Ralph Berndt

1. Auflage 2007. Buch. XIII, 362 S. Hardcover

ISBN 978 3 540 74585 3

Format (B x L): 15,5 x 23,5 cm

Gewicht: 730 g

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhaltsverzeichnis

ERSTER TEIL: INTERNATIONAL MBA-CONCEPTS

Der Globale Executive MBA (GEMBA) für die Managementweiterbildung ohne Grenzen	3
---	----------

Albert Stähli

ZWEITER TEIL: CORPORATE STRATEGIES

Methoden des Zukunftsmanagements.....	37
--	-----------

Thomas Lichtenberger

KMU im globalen Umfeld: Rahmenbedingungen und Entscheidungsfindung für eine Niederlassung in China.....	59
--	-----------

Georges Bächthold

Die Entwicklung eines dynamischen Kennzahlensystems zur Simulation von Globalisierungsstrategien und Handlungsoptionen eines mittelgroßen Unternehmens	87
---	-----------

Uwe Hess und Andreas Müllner

Gross Domestic Product (GDP) Versus Happiness	125
--	------------

Severin Weiss

DRITTER TEIL: MARKETING STRATEGIES

Internationale Marketing-Strategien und Marketing-Aktivitäten mit Fokus auf China.....	141
---	------------

Rudolf Ergenzinger und Jan S. Krulis-Randa

Marketingpolitische Besonderheiten des chinesischen Marktes	167
--	------------

Adrienne Cansier

Product Counterfeiting in China: Managerial Perceptions of Supplier and Buyer Interest in Counterfeit Goods and the Probable Effectiveness of Corporate Anti-Counterfeiting Actions..... 189

Peggy Chaudhry and Stephen A. Stumpf

„Made in ...“-Effects: Managing the Consequences..... 213

Kai-Uwe Seidenfuss

Strategies to Improve Access to Anti-malarial Drugs..... 233

Jörg Möhrle

Pricing Strategies for Multinational Companies in China 255

Andreas Hinterhuber

Competitive Bidding – Preispolitik bei Ausschreibungen 271

Ralph Berndt

Global Brand Stewardship – New Challenges in Turbulent Times 281

Edgar C. Britschgi

VIERTER TEIL: FINANCES STRATEGIES

Future Challenges of the Chief Financial Officer in China..... 299

Bernd Pichler

Microfinance als angepasste Form des Retail-Banking für Entwicklungs- und Schwellenländer 325

Matthias Klein

FÜNFTER TEIL: HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

The Social System in China 341

Doris Dull