

# Inhaltsverzeichnis Buch Internationales Management

Prof. Dr. Knut Wiesner

Vorwort.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>1</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
<b>1. Ausgangssituation und Einführung</b>	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
1.1 Internationalisierung und Globalisierung .....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.2 Mobilität und Kommunikation .....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.3 Entwicklung internationaler Wirtschaftsbeziehungen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.4 Aktuelle internationale Herausforderungen....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
<b>2. Grundlagen internationalen Managements</b>	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
2.1 Management.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.2 Kundenorientiertes/-zentriertes Marketing/Management	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.3 Management neuer Technologien .....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.4 Internationales und Interkulturelles Management	Fehler! Textmarke nicht definiert.
<b>3. Aktionsfelder internationalen Managements</b>	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.1 Westeuropa – EU – EWR.....	47
3.2 Mittel- und Osteuropa (MOE) .....	51
3.3 Nordamerika – NAFTA .....	53
3.4 Ostasien .....	54
3.5 Südasien – Arabien.....	56
3.6 Multinationale Staatenbünde und inter-nationale Organisationen.....	59
<b>4. Internationalisierung des Unternehmens .....</b>	<b>65</b>
4.1 Internationalisierungsmotive .....	66
4.2 Internationalisierungsanreize und -hemmnisse .....	69
4.3 Internationalisierungsvoraussetzungen .....	74
4.4 Internationalisierungsprozess .....	82
4.5 Internationalisierungsstrategien .....	90
<b>5. Erfolgsfaktor Geschäftssysteme.....</b>	<b>97</b>
5.1 Funktionale internationale Geschäftssysteme.....	100
5.2 Institutionelle internationale Geschäftssysteme.....	106
<b>6. Erfolgsfaktor Umwelt-/Kulturenmanagement .....</b>	<b>113</b>
6.1 Umweltdimensionen .....	114
6.2 Umwelteinflüsse.....	122
6.3 Interkulturelles und umweltgerechtes Agieren.....	131
<b>7. Erfolgsfaktor Informationsbeschaffung .....</b>	<b>135</b>
7.1 Ziellandauswahl .....	139
7.2 Markt- und Marketingforschung.....	145

<b>8.</b>	<b>Erfolgsfaktor Marketing und Kundenorientierung .....</b>	<b>152</b>
8.1	Leistungs-/Produktpolitik (product) .....	161
8.2	Prozess-/Verrichtungsqualität (process management) .....	167
8.3	Kontrahierungspolitik (price) .....	169
8.4	Distributionspolitik (place).....	173
8.5	Erscheinungsbild (physical facilities).....	177
8.6	Personalpolitik (personnel) .....	180
8.7	Kommunikationspolitik (promotion) .....	184
8.8	Öffentliche Meinung (public voice).....	196
<b>9.</b>	<b>Erfolgsfaktor Mensch.....</b>	<b>201</b>
9.1	Anforderungen an internationale Mitarbeiter/Manager .....	202
9.2	Personalmarketing/-recruitment.....	206
9.3	Motivation und Qualifizierung.....	209
9.4	Personalmanagement – Diversity Management.....	212
<b>10.</b>	<b>Resümé und Ausblick.....</b>	<b>215</b>