

# Inhaltsverzeichnis

## **ERSTER TEIL: INTERNATIONAL MBA-CONCEPTS**

|                                                                                             |          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>Der Globale Executive MBA (GEMBA) für die Managementweiterbildung ohne Grenzen .....</b> | <b>3</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------|

*Albert Stähli*

## **ZWEITER TEIL: CORPORATE STRATEGIES**

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| <b>Methoden des Zukunftsmanagements.....</b> | <b>37</b> |
|----------------------------------------------|-----------|

*Thomas Lichtenberger*

|                                                                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>KMU im globalen Umfeld: Rahmenbedingungen und Entscheidungsfindung für eine Niederlassung in China.....</b> | <b>59</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|

*Georges Bächthold*

|                                                                                                                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Die Entwicklung eines dynamischen Kennzahlensystems zur Simulation von Globalisierungsstrategien und Handlungsoptionen eines mittelgroßen Unternehmens .....</b> | <b>87</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|

*Uwe Hess und Andreas Müllner*

|                                                            |            |
|------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Gross Domestic Product (GDP) Versus Happiness .....</b> | <b>125</b> |
|------------------------------------------------------------|------------|

*Severin Weiss*

## **DRITTER TEIL: MARKETING STRATEGIES**

|                                                                                               |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Internationale Marketing-Strategien und Marketing-Aktivitäten mit Fokus auf China.....</b> | <b>141</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|

*Rudolf Ergenzinger und Jan S. Krulis-Randa*

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Marketingpolitische Besonderheiten des chinesischen Marktes .....</b> | <b>167</b> |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|

*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*

Internationale Wettbewerbsstrategien

Die globale Wirtschaft und die Herausforderung China

Berndt, R. (Hrsg.)

2007, XIII, 362 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-74585-3