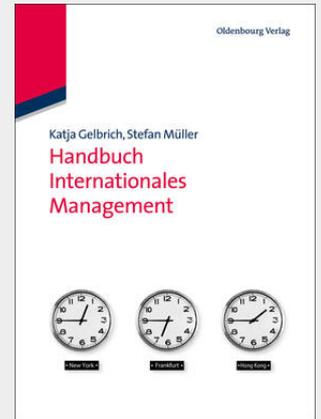


Handbuch Internationales Management

Im Zuge der Globalisierung haben immer mehr Unternehmen ihr Geschäftsfeld ausgeweitet. Auch viele klein- und mittelständische Unternehmen bearbeiten zahlreiche Märkte jenseits der Landesgrenzen. Die damit betrauten Manager begegnen einer Fülle von Konzepten und Begriffen, die sie zwar nicht alle kennen, aber doch alle nachschlagen können sollten. Dieses umfassende Handbuch vermittelt die wichtigsten Begriffe aus dem gesamten Spektrum internationaler Geschäftstätigkeit. Dazu gehören nicht nur Internationales Management, sondern auch Internationales Marketing, Internationales Organisations- und Personalwesen sowie zahlreiche juristische, kulturanthropologische und sozialpsychologische Begrifflichkeiten. Sämtliche Begriffe werden anschaulich definiert, mit Literaturquellen belegt und durch zahlreiche Querverweise mit anderen Einträgen verknüpft. Mit ergänzenden Beiträgen zu Außenhandel, Binnenmarkt, Dritte Welt, Europäische Union, Exportwirtschaft, Globalisierung, Internationales und Interkulturelles Marketing.



109,95 €

102,76 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783486590678

Medium: Buch

ISBN: 978-3-486-59067-8

Verlag: De Gruyter

Erscheinungstermin: 23.03.2011

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2011

Produktform: Gebunden

Gewicht: 3438 g

Seiten: 1644

Format (B x H): 175 x 246 mm

