

Christoph Rasche, Stephan A. Rehder

# **Internationales Management**

Verlag W. Kohlhammer

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>6</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>8</b>
<b>1 Einführung: Rasterfahndung nach globalen Wettbewerbsvorteilen</b>	<b>9</b>
1.1 Globaler Hyperwettbewerb als Normalfall?	12
1.2 Ansätze zur Erklärung des institutionellen Erfolgs ..	21
1.3 Konkurrenz-und Wettbewerbsvorteile	25
1.4 Generische Wettbewerbsstrategien	29
<b>2 Begriffe und Definitionen: Profilschärfung der Internationalisierung</b>	<b>36</b>
2.1 Einordnung des internationalen Managements	36
2.2 Deutungsversuche zu multinationalen Unternehmen	39
2.3 Globales Management jenseits der Glokalisierung ..	41
2.4 Internationale Managementforschung	43
2.5 Beschreibung von Internationalisierungsprozessen ..	45
<b>3 Internationalisierung als Imperativ für Hochtechnologieunternehmen</b>	<b>49</b>
<b>4 Paradigmen und Theorien: Hightech-Internationalisierung und Globalisierung</b>	<b>54</b>
4.1 Produktlebenszyklusansatz	56
4.2 Standortansätze	57
4.3 Eklektisches Paradigma	71
4.4 Prozesstheorie der Internationalisierung	75
4.5 Integration/Responsiveness-Ansatz	77
4.6 Kulturelle Dimensionen	80
<b>5 Allokations- und Koordinationsentscheidungen: International Value Networks</b>	<b>88</b>
5.1 Allokationsstrategien	88
5.1.1 Konfigurationsstrategien	88
5.1.2 Produkt- und Leistungsstrategien	92
5.2 Koordinationsstrategien	94
<b>Literatur- und Quellenverzeichnis</b>	<b>97</b>