

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	5
Teil I: Grundlagen der Führung international tätiger Unternehmen	
<i>Einleitung der Herausgeber</i>	13
<i>John Fayerweather, New York</i> A Conceptual Framework for the Multinational Corporation	17
<i>Klaus Macharzina, Stuttgart-Hohenheim</i> Entwicklungsperspektiven einer Theorie internationaler Unternehmenstätigkeit. Modell- und Verfahrensvorschläge	33
<i>Reinhard Schmidt, Kiel</i> Zur Messung des Internationalisierungsgrades von Unternehmen	57
<i>Helmut Soldner, Augsburg</i> Neuere Erklärungsansätze internationaler Unternehmensaktivitäten	71
<i>Manfred Perlit, Bonn</i> Entwicklung und Theorien der Direktinvestitionen im Ausland	95
<i>Hermut Kormann, Lüdenscheid</i> Ziele und Strategien internationaler Unternehmen	121
<i>Arthur L. Svenson, St. Petersburg/Florida</i> Completeness of a System. A Universal Management Problem	137
<i>Martin K. Welge, Hagen</i> Ansätze zu einer Theorie der internationalen Desinvestitionen	143
<i>Louis Perridon, Augsburg</i> Bedeutung der Vergleichenden Betriebswirtschaftslehre für die Führung inter- nationaler Unternehmen	157

**Teil II: Führung einzelner Bereiche
der international tätigen Unternehmung**

<i>Einleitung der Herausgeber</i>	173
<i>Ehrenfried Pausenberger, Gießen</i>	
Finanzpolitik internationaler Unternehmungen: Notwendigkeit und Grenzen der Zentralisierung	177
<i>Gunther Dufey, Ann Arbor</i>	
The Significance of the International Capital Markets for the Currency Management of Firms Engaged in International Business	191
<i>Kurt Schneider, Nürnberg</i>	
Organisation der internationalen Unternehmung	207
<i>Claus Dieter Hoffmann, Tokio</i>	
Führungskräfteplanung in internationalen Unternehmen	221
<i>Hans Peter Kicherer, Heidenheim</i>	
Koordinationsaufgaben des Controllers im Bereich der Informationsversorgung internationaler Unternehmungen	239
<i>Hanns-Martin W. Schoenfeld, Urbana</i>	
Das Rechnungswesen als Führungsinstrument der internationalen Unternehmung	251
<i>Hans Günther Meissner, Dortmund</i>	
Die Bedeutung der Marktforschung für die Strategieentscheidungen der internationalen Unternehmung	267
<i>Ludwig Berekoven, Erlangen-Nürnberg</i>	
Die Werbepolitik der internationalen Unternehmung	277
<i>Eberhard Feuchtmeyer, Stuttgart</i>	
Die Exportentscheidung in der internationalen Industrieunternehmung	289
<i>Erich A. Helfert, San Francisco</i>	
The Relevance of International Management Consulting to International Management	303
<i>Wilhelm H. Wacker, Göttingen</i>	
Ziele und Methoden der Steuerplanung transnationaler Unternehmen	311
<i>Peter Dornis, Figino/Lugano</i>	
Public Relations in internationalen Unternehmen	335

**Teil III: Führung international tätiger Unternehmen
im Spannungsfeld ihrer Umwelten**

<i>Einleitung der Herausgeber</i>	347
<i>Sylvanus A. Tiewul, New York</i>	
The General and Political Principles of Behavior in the United Nations Code of Conduct on Transnational Corporations	351
<i>Wolfgang Kartte und Heinrich Hölzler, Berlin</i>	
Internationale Unternehmen und Wettbewerb	379
<i>Norbert Koubek, Wuppertal</i>	
Internationale Unternehmen und internationale Gewerkschaften	395
<i>Heinz Dürr, Frankfurt</i>	
Internationalisierung der Mittelbetriebe	405
<i>Horst Steinmann, Brij Kumar und Albert Wasner, Erlangen-Nürnberg</i>	
Entwicklungspolitische Aspekte der Direktinvestitionen deutscher Mittelbetriebe in Brasilien	415
<i>Klaus Jürgen Goldbeck, Köln</i>	
Internationale Nutzung von Know-how insolventer Unternehmen	431
<i>Eberhard Dülfer, Marburg</i>	
Auslandsmanagement in Schwellenländern	437
<i>Otto Wolff von Amerongen, Bonn</i>	
Internationale Unternehmensführung in den Staatshandelsländern	459
<i>Klaus W. Herterich, Paris</i>	
Unternehmensführung in Frankreich aus deutscher und internationaler Sicht ..	469
<i>Soichiro Giga, Osaka</i>	
Characteristics and Management of the Japan-based International Enterprise .	479
<i>Sachregister</i>	491