

(Mobile library) Markteintrittsstrategien deutscher Unternehmen in China (German Edition)

Markteintrittsstrategien deutscher Unternehmen in China (German Edition)

Miao Yu

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



READ ONLINE

2009-07-24 2015-12-10 File Name: B018VVMRP0 | File size: 65.Mb

Miao Yu : Markteintrittsstrategien deutscher Unternehmen in China (German Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Markteintrittsstrategien deutscher Unternehmen in China (German Edition):

Aufgrund der zahlreichen Ressourcen, dem vielfauml;tigen Klima, erfolgreichen Reformen und einem seit Jahren durchschnittlichen Wachstum von mehr als neun Prozent ist China zu einem der wichtigsten Produktionsstandorte und Absatzmauml;rkte fuuuml;r auslauml;ndische Investoren geworden. China ist zu einem ernstzunehmenden Akteur in

Weltwirtschaft und Politik aufgestiegen und hat seinen Platz unter den Handelsnationen gefestigt. Der chinesische Markt konfrontiert deutsche Investoren jedoch mit einer Vielzahl von Herausforderungen: die fremde Kultur, die schwer einschätzbare Mentalität, der Informationsdschungel, das „seltsame“ Vertragsverhalten etc. Deswegen ist es auch nicht schwer zu verstehen, warum auch in heutiger Zeit die Bearbeitung des chinesischen Marktes durch ausländische Unternehmen mit Risiken behaftet ist, welche es im Tagesgeschäft genauso wie bei der Vorbereitung des Markteintritts in China zu beachten gilt, will man gewinnbringend auf dem chinesischen Markt agieren. Dieses Buch bietet dem Leser in kompakter Form Grundwissen über den chinesischen Markt und über die möglichen Markteintrittsstrategien für deutsche Unternehmen. Dabei werden sowohl geographische Informationen vermittelt als auch wirtschaftliche, gesellschaftliche und rechtliche Aspekte beleuchtet.

About the Author Miao Yu, Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Shenyang von 1994- 98, Nachfolgend Berufstätigkeit in China als Projektvizemanagerin im Bereich internationaler Technologietransfer und Exekutivmanagerin der Abteilung „internationale Bildung“ bei der Liaoning Shiji GmbH; Übersiedlung nach Deutschland im Jahr 2000; Studium der Betriebswirtschaftslehre , Schwerpunkt internationales Management und Marketing an der FH Bonn-Rhein-Sieg / Rheinbach von 2002- 2006; Nach Beendigung des Studiums tätig als Managementtrainee bei der DEUTZ AG; Derzeit tätig als Assistentin der Marketingleitung bei VOSS Automotive.