

1. Record Nr.	UNINA990005257180403321
Autore	Bolchazy, Ladislaus J.
Titolo	Hospitality in early Rome : Livy's concepts of its humanizing force / by Ladislaus J. Bolchazy
Pubbl/distr/stampa	Chicago : Ares Publishers, 1977
ISBN	0890052123
Descrizione fisica	IV, 135 p. ; 22 cm
Disciplina	937
Locazione	FLFBC DDR
Collocazione	937 BOL 2 DDR-XVII F 013
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia

2. Record Nr.	UNINA9910563004203321
Autore	Schröder Hans-Ulrich
Titolo	Globales Produktmanagement : Eine empirische Analyse des Instrumenteeinsatzes in ausgewählten Branchen der Konsumgüterindustrie / H. Meffert, Hans-Ulrich Schröder
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. , : PH02, 2018 2018, c1996
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (325 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 30
Soggetti	Business studies: general Production & quality control management Sales & marketing management Corporate governance Organizational theory & behaviour
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Nota di contenuto	Aus dem Inhalt: Standardisierung der Marketinginstrumente - Koordination der Produkteinführung - Internationaler Knowhow-Transfer - Globale Ausrichtung der Organisationsstruktur - Standardisierung der Marketingprozesse - Zentralisierung der Entscheidungskompetenzen - Globale Ausrichtung der Unternehmenskultur - Einsatz struktureller, technokratischer und personenorientierter Koordinationsinstrumente.
Sommario/riassunto	Angesichts einer weiter zunehmenden Bedeutung der Globalisierungsthematik verfolgt diese Arbeit das Ziel, wesentliche Erfolgsfaktoren und Konfliktbereiche des Managements globaler Produkte zu ermitteln. Hierzu wurde vom Verfasser mit Hilfe einer umfangreichen empirischen Untersuchung das Produktmanagement von über 100 bekannten globalen Konsumgütermarken analysiert. Als Ergebnis konnte eine Reihe von Gestaltungsparametern identifiziert werden, durch deren spezifische Ausprägung sich das Management erfolgreicher Produkte in signifikanter Weise auszeichnet. Darüber hinaus wurden wesentliche Spannungsfelder identifiziert, die in der

hierfür erforderlichen Zusammenarbeit von Unternehmenszentrale und Niederlassungen von erheblicher Bedeutung sind.
