

Erick Behar Villegas / Thomas Schwartz
(Herausgeber)

Interkulturelles Management im deutsch-französischen Umfeld *Theoretische und empirische Beiträge*

Benjamin Ammon, Andreas Fischl, Fabienne Gloger, Sarah Gräbel, Bruno Hartig, Mai Tram Ho, Denis Jeanson, Efflam Jestin, Léo Maksud, Florian Schnitzler, Miriam Schumacher, Thomas Schwartz, Erick Behar Villegas:

Interkulturelles Management im deutsch-französischen Umfeld

406 Seiten, Oktober 2012, ISBN 978-3-937642-17-8 (Printausgabe); 978-3-937642-25-3 (e-book – pdf) – 29,80 EUR (Printausgabe); 15,00 EUR (elektronische Version)
(pdf-Datei wird nach Eingang des mit Rechnung bezifferten Betrages per e-Mail zugesandt – keine Portokosten!)

Bestellungen in jeder Buchhandlung oder direkt bei:

LIBERTAS - Europäisches Institut GmbH (LIBERTAS Verlag),
Lindenweg 37, 72414 Rangendingen (Hechingen), Deutschland,
Tel. +49 7471 984996-0, Fax +49 7471 984996-19,
eMail: verlag@libertas-institut.com, www.libertas-institut.com

Der Inhalt

Die Publikation umfasst drei Teile. Der erste Teil legt den wissenschaftlichen Hintergrund für die Relevanz der Kultur in Geschäftsbeziehungen dar, ohne sich ausschließlich auf den deutsch-französischen Kontext zu beziehen. So soll das Ziel dieses Buches verdeutlicht und Fragen beantwortet werden, *warum* und *inwieweit* Kultur in der Praxis von Bedeutung ist.

Der zweite Teil befasst sich mit verschiedenen Themen, etwa Führung, Ethik, Werbung, Hierarchien, etc. im deutsch-französischen Umfeld., wobei die Autoren jedes Kapitel unabhängig verfasst haben. Es werden v.a. die Arbeiten von Hofstede und Trompenaars des Öfteren aufgegriffen. Diese Theorien untermauern die Aussagen der Autoren für das jeweilige Thema und werden daher als einleitende theoretische Grundlage präsentiert. Im zweiten Teil werden vor allem spezifische Aspekte behandelt wie z. B. Beiträge und Analysen zu den Effekten der Werbung, ein Ländervergleich mit Kamerun, und eine empirische Arbeit zum V.I.E Programm.

Der dritte Teil bereichert und komplementiert die ersten beiden Abschnitte mit einem Beitrag aus der Praxis. Die Deutsch-Französische Beratung München GmbH bringt mehrere Aspekte über Kultur in den Geschäftsbeziehungen, aus der Sicht einer interkulturellen Unternehmensberatung, zusammen.

Diese Struktur folgt einer Kombination aus Theorie und Praxis, die für Unternehmen und Wissenschaftler aufklärende und praktische Inhalte darstellt. Die Bedeutung der Kultur in Geschäftsbeziehungen hervorzuheben und zu begründen ist das Hauptziel der Beiträge der Autoren. Die Arbeiten sind in deutscher Sprache verfasst, jeweils mit einem Abstract auf Deutsch und Französisch.