

Inhaltsübersicht

| | |
|--|-----|
| Einleitung | 1 |
| 1. Kapitel - Ein neuer ökonomischer Diskurs | 23 |
| 1.1. Das Unternehmen als System | 23 |
| 1.2. Der Mensch im Mittelpunkt | 47 |
| 1.3. Neue Anforderungen an das Management | 67 |
| 1.4. Rationalisierung, Normalisierung, Wissen | 79 |
| 2. Kapitel - Das Feld des Wissens | 88 |
| 2.1. Wissenssorten: Heils-, Bildungs- und Herrschaftswissen | 91 |
| 2.2. Legitimation und Professionalisierung | 112 |
| 2.3. Die Position der Universität | 121 |
| 2.4. Wissensträger | 128 |
| 3. Kapitel - Akademisierung in Wirtschaftsunternehmen | 151 |
| 3.1. Akademisierung | 151 |
| 3.2. Akademikertätigkeit im Wandel | 166 |
| 3.3. Anforderungen an Akademiker | 178 |
| 4. Kapitel - Sozial- und Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft | 191 |
| 4.1. Zur Arbeitsmarktentwicklung bei Sozial- und Geisteswissenschaftlern | 192 |
| 4.2. Wirtschaftsorientierte Professionalisierung von Soziologen | 200 |
| 4.3. Psychologen auf dem Arbeitsmarkt und in Wirtschaftsunternehmen | 211 |
| 4.4. Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft | 219 |
| 4.5. Betriebliche Weiterbildung als Strategie der Kompetenzerweiterung | 233 |
| 5. Kapitel - Tätigkeitsfelder von Sozial- und Geisteswissenschaftlern | 238 |
| 5.1. Auswahl der Tätigkeitsfelder und Methoden bei den Falluntersuchungen | 238 |
| 5.2. Management | 245 |
| 5.3. Personal- und Unternehmensberatung | 259 |
| 5.4. Organisationsentwicklung | 289 |
| 5.5. Personalwesen | 313 |
| 5.6. Personalentwicklung | 327 |
| 5.7. Öffentlichkeitsarbeit / PR | 366 |
| 5.8. Zusammenfassung der Ergebnisse der Tätigkeitsfeldanalysen | 409 |
| Schluß | 419 |

Inhaltsverzeichnis:

| | |
|---|-----|
| Einleitung | 1 |
| 1. Problemgeschichte und Fragestellungen der Untersuchung | 2 |
| 2. Theoretische Einordnung | 10 |
| 3. Aufbau und Inhalt der Arbeit | 14 |
| 4. Angewandte Methoden | 18 |
| 1. Kapitel - Ein neuer ökonomischer Diskurs | 23 |
| 1.1. Das Unternehmen als System | 23 |
| 1.1.1. Traditioneller ökonomischer Diskurs und Wandel in den Unternehmen | 24 |
| 1.1.2. Unternehmensführung und Management sozialer Systeme | 34 |
| 1.2. Der Mensch im Mittelpunkt | 47 |
| 1.2.1. Human-Management: Von der Disziplin zur Selbststeuerung | 48 |
| 1.2.2. Der Diskurs zur "Motivation" | 55 |
| 1.2.3. Transformationen von Motivationswissen in "Führungsmodellen" | 59 |
| 1.3. Neue Anforderungen an das Management | 67 |
| 1.3.1. Aussagen der "Praktiker" | 68 |
| 1.3.2. Managementanforderungsprofil und Kompetenzen von Sozial- und Geisteswissenschaftlern | 76 |
| 1.4. Rationalisierung, Normalisierung, Wissen | 79 |
| 2. Kapitel - Das Feld des Wissens | 88 |
| 2.1. Wissenssorten: Heils-, Bildungs- und Herrschaftswissen | 91 |
| 2.1.1. Wissensarten | 93 |
| 2.1.2. Wissensquellen | 99 |
| 2.1.3. Produktion, Zirkulation und Reproduktion des Wissens | 106 |
| 2.2. Legitimation und Professionalisierung | 112 |
| 2.2.1. Wahrheit und Erfolg | 113 |
| 2.2.2. Erfahrung und Ausbildung | 115 |
| 2.2.3. Professionalisierung | 117 |
| 2.3. Die Position der Universität | 121 |

| | |
|---|-----|
| 2.4. Wissensträger | 128 |
| 2.4.1. Spezialisten, Experten und Berater | 129 |
| 2.4.2. Intellektuelle..... | 133 |
| 2.4.3. Exkurs: Wissen und Macht - Ohnmacht der Intellektuellen? | 141 |
| 2.4.4. Akademiker und "pragmatische Intelligenz" | 146 |
| 3. Kapitel - Akademisierung in Wirtschaftsunternehmen..... | 151 |
| 3.1. Akademisierung | 151 |
| 3.1.1. Die Entwicklung in der privaten Wirtschaft | 151 |
| 3.1.2. Die Position der Sozial- und Geisteswissenschaftler | 157 |
| 3.1.3. Hochschulausbildung und Arbeitsmarktentwicklung | 162 |
| 3.2. Akademikertätigkeit im Wandel | 166 |
| 3.3. Anforderungen an Akademiker..... | 178 |
| 3.3.1. Forderungen der "Wirtschaft" | 178 |
| 3.3.2. Berufs- und Qualifikationsforschung..... | 185 |
| 4. Kapitel - Sozial- und Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft..... | 191 |
| 4.1. Zur Arbeitsmarktentwicklung bei Sozial- und Geisteswissenschaftlern..... | 192 |
| 4.1.1. Exkurs: Anmerkungen zur beruflichen Konkurrenz | 197 |
| 4.2. Wirtschaftsorientierte Professionalisierung von Soziologen | 200 |
| 4.2.1. Soziologen auf dem Arbeitsmarkt..... | 200 |
| 4.2.2. Verbleibsstudien und Stellenmarktanalysen | 203 |
| 4.2.3. Tätigkeitsfelder und Karrierechancen | 207 |
| 4.2.4. Zur Professionalisierungsdebatte in der Soziologie..... | 209 |
| 4.3. Psychologen auf dem Arbeitsmarkt und in Wirtschaftsunternehmen | 211 |
| 4.4. Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft | 219 |
| 4.4.1. Ein unübersichtlicher Arbeitsmarkt | 219 |
| 4.4.2. Ergebnisse der Verbleibsforschung..... | 222 |
| 4.4.3. Bedarf der Wirtschaft an Geisteswissenschaftlern ? | 228 |
| 4.4.4. Die Situation der Geisteswissenschaften | 230 |
| 4.5. Betriebliche Weiterbildung als Strategie der Kompetenzerweiterung | 233 |

| | |
|--|-----|
| 5. Kapitel - Tätigkeitsfelder von Sozial- und Geisteswissenschaftlern..... | 238 |
| 5.1. Auswahl der Tätigkeitsfelder und Methoden bei den Falluntersuchungen..... | 238 |
| 5.2. Management..... | 245 |
| 5.2.1. Aufgaben des General Management..... | 245 |
| 5.2.2. Exkurs: Vertrieb als General Management Aufgabe..... | 247 |
| 5.2.3. Anforderungen an General Manager..... | 249 |
| 5.2.4. Sozial- und Geisteswissenschaftler im Management?..... | 252 |
| <i>Fallbeispiel: Soziologe als General Manager</i> | 253 |
| 5.2.5. Zur Position von Managern im Feld des Wissens..... | 256 |
| 5.3. Personal- und Unternehmensberatung..... | 259 |
| 5.3.1. Zur Funktion von Beratung in Wirtschaftsunternehmen..... | 261 |
| 5.3.2. Aufgaben in der Personal- und Unternehmensberatung..... | 264 |
| 5.3.3. Anforderungen und Ausbildung..... | 268 |
| 5.3.4. Sozial- und Geisteswissenschaftler als Berater..... | 272 |
| <i>Fallbeispiel: Soziologe in der Unternehmensberatung</i> | 272 |
| <i>Fallbeispiel: Philosoph als Personalberater</i> | 275 |
| 5.3.5. Philosophen als Managementberater?..... | 279 |
| <i>Fallbeispiel: Philosophische Managementberatung</i> | 281 |
| 5.3.6. Wissenstransfer in der Managementberatung..... | 284 |
| 5.4. Organisationsentwicklung..... | 289 |
| 5.4.1. Der Diskurs zur Organisationsentwicklung..... | 290 |
| 5.4.2. Unternehmen im Wandel - der Beitrag der Soziologie..... | 292 |
| 5.4.3. Aufgaben in der Organisationsentwicklung..... | 296 |
| 5.4.4. Zur Rolle interner Berater..... | 298 |
| 5.4.5. Soziologen als OE-Berater?..... | 300 |
| 5.4.6. Anforderungen und Professionalisierung..... | 304 |
| 5.4.7. Wissenstransfer und Wissenstransformation..... | 309 |
| 5.5. Personalwesen..... | 313 |
| 5.5.1. Personalmanagement..... | 315 |
| <i>Fallbeispiel: Karriere eines Psychologen</i> | 316 |
| 5.5.2. Personaladministration und -betreuung..... | 319 |
| <i>Fallbeispiel: Soziologin als Personalreferentin</i> | 322 |
| 5.5.3. Zwei Professionalisierungssorten..... | 325 |

| | |
|---|-----|
| 5.6. Personalentwicklung | 327 |
| 5.6.1. Zwei Diskurse zur Personalentwicklung..... | 328 |
| 5.6.2. Anforderungen in der Personalentwicklung..... | 333 |
| <i>Stellenanzeigenanalyse Personalentwicklung 1992 - 1995</i> | 334 |
| 5.6.3. Sozial- und Geisteswissenschaftler als Personalentwickler | 337 |
| <i>Fallbeispiel: Sozialwissenschaftlerin im Bildungscontrolling</i> | 338 |
| <i>Fallbeispiel: Theologe als Trainer und Personalentwickler</i> | 342 |
| 5.6.4. "Assessment-Center" - Psychologen in der Personalentwicklung | 346 |
| 5.6.4.1. Assessment Center in Wirtschaftsunternehmen | 346 |
| 5.6.4.2. Psychologen in der Personalentwicklung: drei Fall- beispiele..... | 350 |
| <i>Generalist</i> | 351 |
| <i>Spezialist</i> | 353 |
| <i>Experte</i> | 356 |
| 5.6.5. Zusammenfassung der Erfahrungen im Personalbereich | 363 |
| 5.7. Öffentlichkeitsarbeit / PR..... | 366 |
| 5.7.1. Funktion, Aufgaben und Tätigkeiten | 369 |
| 5.7.2. Anforderungen und Professionalisierung..... | 374 |
| 5.7.2.1. Expertenaussagen und Stellenanzeigenanalyse | 374 |
| 5.7.2.2. Ausbildung..... | 378 |
| 5.7.2.3. Die Nachfrage nach Studienfachrichtungen | 381 |
| 5.7.3. Interne Kommunikation und Unternehmenskultur | 384 |
| <i>Fallbeispiel: Kommunikationswissenschaftler als Chef der Werkzeitung</i> | 386 |
| 5.7.4. Zielgruppenorientierte externe Kommunikation..... | 390 |
| <i>Fallbeispiel: Psychologe als Zielgruppenpfleger</i> | 391 |
| <i>Fallbeispiel: Historiker als Schnittstellenspezialist</i> | 394 |
| 5.7.4.1. Exkurs: Marketing | 397 |
| 5.7.5. Öffentlichkeitsarbeit in PR-Agenturen | 402 |
| <i>Fallbeispiel: Slavistin in einer PR-Agentur</i> | 403 |
| 5.7.6. Wissenstransferarbeit durch Prozeßspezialisten | 408 |
| 5.8. Zusammenfassung der Ergebnisse der Tätigkeitsfeldanalysen | 409 |
| Schluß..... | 419 |
| Literaturverzeichnis..... | 425 |