

Inhalt – Kurzübersicht

1. Sozioökonomisches Denken	1
1.1. Zum Begriff der Sozioökonomie	4
1.2. Interdisziplinäre Ansätze in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	15
1.3. Problembereiche und Forschungsschwerpunkte der Sozioökonomie	40
2. Psychologische Aspekte wirtschaftlichen Verhaltens	51
2.1. Bedürfnisse, Motive und Motivation	54
2.2. Einstellungen	78
2.3. Persönlichkeitsmerkmale	87
2.4. Sozialisation	95
3. Management – ein sozioökonomischer Prozeß	105
3.1. Die Unternehmung als soziale Institution	108
3.2. Grundlagen des Managements	112
3.3. Die Entwicklung der Managementkonzeptionen oder -schulen	119
3.4. Organisationsforschung und Management	127
3.5. Konflikte und Management	147
3.6. Ausgangspunkte einer sozioökonomischen Theorie des Managements	159
4. Zur soziologischen Dimension der Ökonomie	173
4.1. Macht und Herrschaft	175
4.2. Soziale Ungleichheit	191
4.3. Sozialer Wandel	206
Literaturverzeichnis	223
Abbildungsverzeichnis	283
Stichwortverzeichnis	284

Inhaltsverzeichnis

1. Sozioökonomisches Denken	1
1.1. Zum Begriff der Sozioökonomie	4
1.1.1. Selbstverständnis	6
1.1.2. Zielsetzungen	11
1.1.3. Zur Abgrenzungsproblematik	12
1.2. Interdisziplinäre Ansätze in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	15
1.2.1. Anfänge der Wirtschaftswissenschaften	16
1.2.2. Institutionalismus	22
1.2.3. Ökonomie und Soziologie	29
1.2.4. Ökonomie und Psychologie	32
1.2.5. Ökonomie und Politologie	36
1.3. Problembereiche und Forschungsschwerpunkte der Sozioökonomie	40
1.3.1. Wirtschaftliches Verhalten	41
1.3.2. Konstitutive Elemente des Wirtschaftsprozesses	43
1.3.3. Zur Beziehung zwischen Wirtschaft und Gesellschaft	47
 2. Psychologische Aspekte wirtschaftlichen Verhaltens	 51
2.1. Bedürfnisse, Motive und Motivation	54
2.1.1. Ausgangspunkte der Motivationsforschung	55
2.1.2. Theorien der Motivation	59
2.1.3. Arbeit und Freizeit	66
2.1.4. Leistungsmotivation	70
2.1.5. Konsum- und Sparverhalten	73
2.2. Einstellungen	78
2.2.1. Grundlagen	78
2.2.2. Einstellungsänderung	82
2.2.3. Einstellungen und Werbung	85

2.3. Persönlichkeitsmerkmale	87
2.3.1. Persönlichkeitsmerkmale innerhalb der Struktur des Psychischen	87
2.3.2. Theorien der Persönlichkeit	91
2.4. Sozialisation	95
2.4.1. Grundzüge der Sozialisationsforschung	95
2.4.2. Sozialisationstheorien	98
2.4.3. Ausgewählte Aspekte der Sozialisation	102
3. Management – ein sozioökonomischer Prozeß	105
3.1. Die Unternehmung als soziale Institution	108
3.2. Grundlagen des Managements	112
3.2.1. Historischer Rückblick	112
3.2.2. Zum Begriff Management	114
3.2.3. Funktionale und institutionelle Betrachtungsweise	117
3.3. Die Entwicklung der Managementkonzeptionen oder -schulen	119
3.3.1. Scientific Management	119
3.3.2. Human-Relations-Bewegung	122
3.3.3. Verhaltenswissenschaftliche Ansätze	125
3.4. Organisationsforschung und Management	127
3.4.1. Organisationssoziologische Aspekte	128
3.4.2. Organisationspsychologische Aspekte	134
3.5. Konflikte und Management	147
3.5.1. Grundlagen der Konfliktforschung	148
3.5.2. Theorien sozialer Konflikte	151
3.5.3. Konflikte in Organisationen	153
3.5.4. Konfliktmanagement	156
3.6. Ausgangspunkte einer sozioökonomischen Theorie des Managements	159
3.6.1. Wirtschaftstheoretische Voraussetzungen	160
3.6.2. Sozialphilosophische Grundlagen	164
3.6.3. Das Wesen des Managements	168

4. Zur soziologischen Dimension der Ökonomie	173
4.1. Macht und Herrschaft	175
4.1.1. Grundlegende Aspekte sozialer Macht	176
4.1.2. Wirtschaftliche Macht	179
4.1.3. Konzentration	184
4.1.4. Bankenmacht	187
4.2. Soziale Ungleichheit	191
4.2.1. Indikatoren der sozialen Ungleichheit	192
4.2.2. Erscheinungsformen sozialer Ungleichheit	194
4.2.3. Theorien sozialer Ungleichheit	198
4.2.4. Soziale Ungleichheit im internationalen Vergleich	202
4.3. Sozialer Wandel	206
4.3.1. Grundlagen	207
4.3.2. Theorien sozialen Wandels	209
4.3.3. Innovation und Diffusion	213
4.3.4. Soziale Mobilität	215
4.3.5. Kollektives Verhalten und soziale Bewegungen	216
Literaturverzeichnis	223
Abbildungsverzeichnis	283
Stichwortverzeichnis	284