

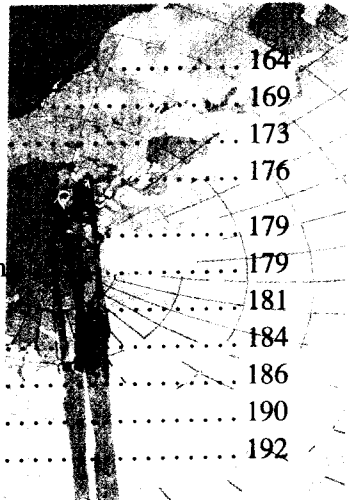
Inhalt



	Einleitung	7
	<i>Mehr als die Suche nach der besten Methode</i>	8
	<i>Über dieses Buch</i>	10
	<i>Danksagung</i>	12
1	Die neue Welt des Managements	13
	Vom Maschinen- zum Informationszeitalter	13
	<i>Frederick Winslow Taylor – Management als Wissenschaft</i>	15
	<i>Henri Fayol – Management wird definiert</i>	18
	<i>Jenseits der wissenschaftlichen Betriebsführung</i>	20
	<i>Die Mythologie der Führungsarbeit</i>	22
	<i>Peter Drucker – Der Prophet des Wandels</i>	24
	Wissensmanagement	28
	Entscheidungstheorie	31
2	Die neue Unternehmenswelt	34
	Aufstieg und Fall der funktionalen Organisation	34
	<i>Am Ende des funktionalen Tunnels</i>	37
	<i>Alfred P. Sloan – Wider den reinen Funktionalismus</i>	40
	<i>Leben und Sterben von Unternehmen</i>	43
	Das neue Organisationsmodell	48
	<i>General Electric</i>	50
	<i>Asea Brown Boveri</i>	51
	<i>Charles Handy – Die Zukunft nimmt Gestalt an</i>	53
3	Die technologische Herausforderung	59
	Informationstechnologie (IT) und das neue Unternehmen	59
	Das virtuelle Unternehmen	62
	Das E-Unternehmen	65
4	Strategien entwickeln und implementieren	71
	Der Heilige Gral der Strategie	71
	<i>Der analytische Würgegriff</i>	75
	<i>Die Boston-Matrix</i>	78

OOK 1876

Die Strategie zum Laufen bringen	81
<i>Michael Porter – Strategie und Wettbewerbsvorteil</i>	84
<i>Henry Mintzberg – Strategie als Handwerk</i>	95
<i>Neue Perspektiven zum Thema Strategie</i>	99
Der ausgewogene Berichtsbogen	103
5 Neue Methoden des Humanmanagements	106
Von der Ressource Personal zur Ressource Mensch	106
<i>Tom Peters – Wie man Leute bekehrt</i>	111
Empowerment	120
<i>Empowerment in der Praxis</i>	122
<i>Rosabeth Moss Kanter – Empowerment schaffen</i>	123
360 Degree Feedback	127
Talent-Management	131
Den Wandel managen	133
<i>Wie sehen Menschen den Wandel?</i>	135
<i>Richard Pascale – Vom Wandel zur Umwandlung</i>	139
6 Karriere und Arbeitsleben	145
Vom Unternehmensmann zur Generation X	145
Karrieremanagement	149
Neue Arbeitsmethoden	157
Autonome Weiterbildung	159
7 Die Qualitätsrevolution	163
Die Entdeckung der Qualität	163
<i>W. Edwards Deming und Joseph Juran –</i>	
<i>Die Qualitätsapostel</i>	164
<i>Qualität für alle</i>	169
Reengineering	173
Schlanke Produktion	176
8 Marketing wird neu entdeckt	179
Hart verkaufen – das Aufkommen des Marketing	179
<i>Das Streben nach Marktorientierung</i>	181
Die „Vier P“ des Marketing	184
Relationship Marketing	186
Das Management von Marken	190
<i>Das Aufkommen der Marken</i>	192



9	Führung	196
	Das Entstehen des neuen Führungsmodells	196
	<i>Militärische Modelle</i>	198
	<i>Die Entwicklung von Führungsqualitäten</i>	200
	Die neue Führungspersönlichkeit	202
	<i>Warren Bennis – Das Richtige tun</i>	209
	<i>Teamarbeit</i>	212
10	Lernen und Entwicklung	216
	Der Aufstieg des lernenden Unternehmens	216
	<i>Chris Argyris – Die Lernherausforderung</i>	218
	Die lernende Organisation	222
	<i>Sieben Hindernisse auf dem Weg zur lernenden Organisation</i>	225
	Die Rolle der Business Schools im Wandel	226
	<i>Das neue Modell der Business School</i>	229
	Action Learning	230
11	Globales Management	234
	Die Welt wird entdeckt	234
	<i>Die Haupttriebkkräfte der Globalisierung</i>	235
	<i>Das Weltunternehmen in die Tat umsetzen</i>	237
	<i>Fons Trompenaars – Der Kosmopolit</i>	243
	Weltmarken im Aufwind	247
	<i>Massenprodukte werden kundenspezifisch zugeschnitten</i>	248
	Glossar bedeutender Managementdenker	250
	Anhang	265
	Weiterführende Literatur	265
	Anmerkungen zu den Kapiteln	271
	Stichwortregister	278
	Namenregister	285