

Prof. Dr. Fredmund Malik

Management-Perspektiven

Wirtschaft und Gesellschaft
Strategie

Management und Ausbildung

3., unveränderte Auflage

Verlag Paul Haupt
Bern · Stuttgart · Wien

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Vorwort zur zweiten Auflage	10
Vorwort zur dritten Auflage	12
Teil 1 Wirtschaft und Gesellschaft	13
1. Bedeutung und Funktionen des Managements	15
2. Die neue Lage in Europa: Chancen und Gefahren, Herausforderungen und Verpflichtungen	33
3. Modell Schweiz: Privatinitiative und Demokratie – die beiden Erfolgsfaktoren	47
4. Aktuelle Wirtschaftslage und Unternehmensstrategien	75
Teil 2 Strategische Führung	109
5. Strategische Führung	111
6. Magie und Realität der Strategischen Planung	121
7. Strategische Unternehmungsführung als Steuerung eines komplexen Systems	135
8. Messbare Erfolgspotentiale: PIMS - Profit Impact of Market Strategies	163
9. Innovationen als Überlebensstrategie	175
10. Dezentrale Entscheidungsprozesse und neue Informationstechniken	199
Teil 3 Management	221
11. Wandel in der Führung	223
12. Kompetenz zur Führung	237

13. Leistung und Verantwortung – Wofür werden Topmanager eigentlich bezahlt?	267
14. Untemehrmungskultur als Problem von Managementlehre und Managementpraxis	287
15. Nur wer selbst Horizonte sieht, kann führen	309
16. Die Effektivität von Führungskräften: Auf welche Führungsgrundsätze es wirklich ankommt	321
Teil 4 Ausbildung von Führungskräften	337
17. Wirtschaftsausbildung für die Welt von morgen	339
18. Neue Wege der Führungsausbildung – Manager oder Management?	361
19. Managementausbildung – Vorbereitung auf den Massenberuf unserer Zeit	383
Literaturverzeichnis	405
Stichwortverzeichnis	411
Quellennachweise	420