

Peter Schmidt (Hrsg.)

Innovation

Diffusion von Neuerungen im sozialen Bereich

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
Betriebswirtschaftslehre	
Inventurnr.:	15-656
Abstellort:	9-7.0 804/227
Sachgebiete:	9-7.0

Hoffmann und Campe

Inhalt

1. Der Problembereich.	7
2. Erklärung individuellen innovativen Verhaltens	21
Einführende Übersicht	21
J. S. Coleman, E. Katz und H. Menzel Die Ausbreitung einer Neuerung unter Ärzten	25
M. H. Becker Soziometrische Stellung und Grad der Innovationsfähigkeit: Reformulierung und Erweiterung des Diffusionsmodells	41
F. C. Fliegel und J. E. Kivlin Merkmale von Innovationen als Faktoren im Diffusionsprozeß	66
H. Y. Kim Anwendung der Gleichgewichts- und Dissonanztheorie auf Übernahme und Verbreitung einer Innovation am Beispiel des intrauterinen Pessars	87
P. Schmidt Explication und kritische Rekonstruktion der Arbeit von H. Y. Kim	103
3. Organisationsstruktur und Innovation	137
Einführende Übersicht	137
J. G. March und H. A. Simon Planung und Innovation in Organisationen	139
L. B. Mohr Determinanten der Innovation in Organisationen	169

4. Formale Modelle der Diffusion von Innovationen	199
Einführende Übersicht	199
R. Mason und A. N. Halter	
Anwendung eines Systems simultaner Gleichungen auf ein Modell für die Ausbreitung einer Neuerung	202
T. Hägerstrand	
Eine <u>Monte-Carlo-Analyse</u> der Ausbreitung	221
J. S. Coleman	
Ausbreitung in inhomogenen sozialen Strukturen	242
5. Sozialtechnologien zur Erhöhung der Innovationsrate in Gruppen und Organisationen	263
Einführende Übersicht	263
V. A. Thompson	
Bürokratie und Innovation	266
R. G. Corwin	
Strategien für Organisatorische Innovation: Ein empirischer Vergleich	285
6. Integration der Hypothesen	311
Einführende Übersicht	311
K. Kaufmann und P. Schmidt	
Theoretische Integration der Hypothesen zur Erklärung der Diffusion von Innovationen durch Anwendung einer allgemeinen kognitiv-hedonistischen Verhaltenstheorie	313
Ausgewählte Bibliographie	387
Quellennachweis	393