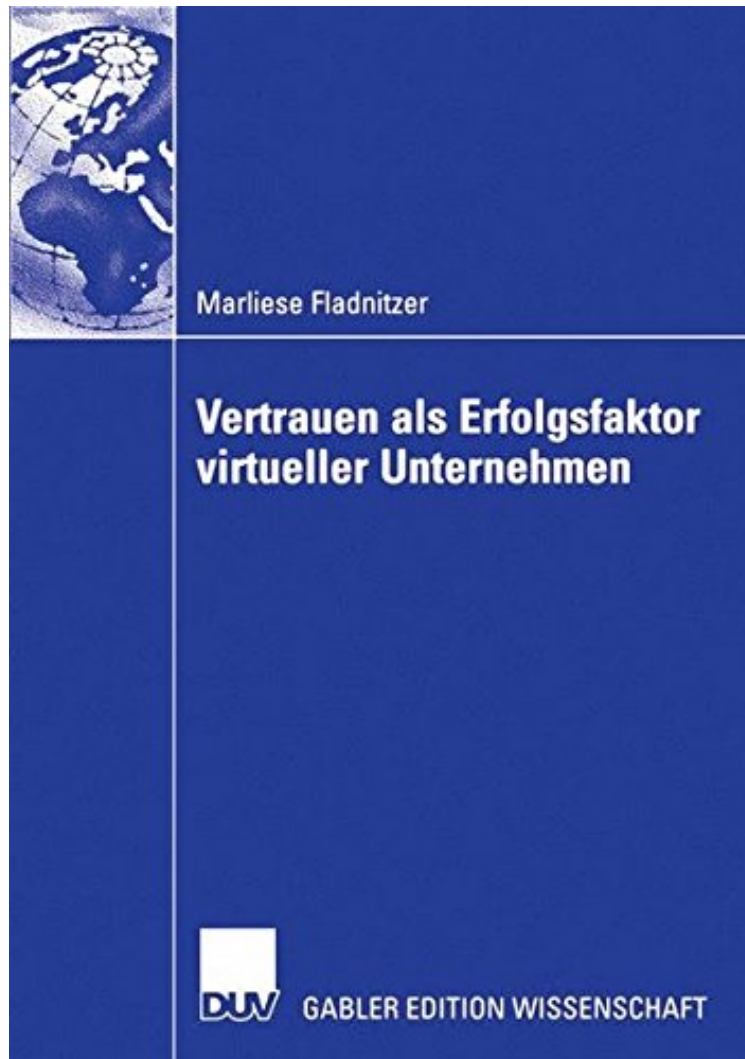


[Library ebook] Vertrauen als Erfolgsfaktor Virtueller Unternehmen: Grundlagen, Rahmenbedingungen und Manahmen zur Vertrauensbildung (German Edition)

Vertrauen als Erfolgsfaktor Virtueller Unternehmen: Grundlagen, Rahmenbedingungen und Manahmen zur Vertrauensbildung (German Edition)

Von Marliese Fladnitzer

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1379586 in BcherVerffentlicht am: 2006-11-24Erscheinungsdatum: 2006-11-24Abmessungen: 8.27 x .66b x 5.83l, .85 Pfund Einband: Taschenbuch292 Seiten | File size: 60.Mb

Von Marliese Fladnitzer : Vertrauen als Erfolgsfaktor Virtueller Unternehmen: Grundlagen, Rahmenbedingungen und Manahmen zur Vertrauensbildung (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Vertrauen als Erfolgsfaktor Virtueller Unternehmen: Grundlagen, Rahmenbedingungen und Manahmen zur Vertrauensbildung (German Edition):

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Vertrauen einmal anders betrachtet
Von K. Stranner
Mit dem Begriff Vertrauen kann jeder Mensch auf Anhieb verschiedene Assoziationen abrufen. Vertrauen im wirtschaftlichen Kontext hingegen dürfte für die meisten ein neuer bzw. fremder Blickwinkel sein.
Fr. Dr. Fladnitzer beschreibt in ihrer Dissertation sehr präzise die Zusammenhänge zwischen Vertrauen und der Zusammenarbeit virtueller Teams.
Bisher war mir nicht bewusst, in welcher Weise sich zwischenmenschliches Vertrauen bzw. Nicht-Vertrauen auf das Arbeitsergebnis auswirkt. Besonders in Zeiten der Beschleunigung des alltäglichen Lebens - der immer umfassenderen menschlichen Zusammenarbeit einerseits und der Abwesenheit des Gegenübers andererseits - wird klar, in welchem Ausmaß Zusammenarbeit letztendlich durch das Konstrukt Vertrauen beeinflusst wird.
Letztendlich werden von Fr. Dr. Fladnitzer Maßnahmen zur Bildung von Vertrauen angeführt, die nicht nur für TeamleiterInnen von virtuellen Arbeitsgruppen hilfreich sein könnten, sondern auch für Teammitglieder.

Pressestimmen
"Das Phänomen Vertrauen wurde bereits in zahlreichen Disziplinen eingehend analysiert. Jedoch gelingt es Marliese Fladnitzer, dieses komplexe Konstrukt in einen neuen Zusammenhang zu stellen und im Bezug auf virtuelle Unternehmensformen zu hinterfragen. Die Autorin wird somit nicht nur dem konzeptionellen Forschungsbedarf gerecht, indem sie die theoretischen Vertrauens- und Kooperationsaspekte weiterentwickelt und verknüpft, sondern sie zeigt auch die erfolgsversprechenden, anwendungsorientierten Anknüpfungspunkte von Vertrauen in Geschäftsbeziehungen und im Speziellen für die besondere Organisationsform des virtuellen Unternehmens auf."
Marketing St. Gallen, 05/2008
Kurzbeschreibung
Aufbauend auf Analysen der Vertrauens- und Kooperationsforschung erarbeitet Marliese Fladnitzer einen konzeptionellen Rahmen, der unterschiedliche Dimensionen und Stadien im Vertrauensprozess im wirtschaftlichen Kontext umfasst. Innerhalb dieses theoretischen Konstrukts formuliert sie konkrete Gestaltungsmaßnahmen für die Vertrauensbildung zwischen Mitarbeitern virtueller Unternehmen.
Buchrückseite
Vertrauen kann bei neueren Organisations- und Kooperationsformen einen wesentlichen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg leisten. Insbesondere bei virtuellen Unternehmen, die aufgrund zahlreicher Faktoren von einer bemerkenswerten Komplexität geprägt sind, ist die Bildung von Vertrauen wesentlich. Aufbauend auf Analysen der Vertrauens- und Kooperationsforschung erarbeitet Marliese Fladnitzer einen konzeptionellen Rahmen, der unterschiedliche Dimensionen und Stadien im Vertrauensprozess im wirtschaftlichen Kontext umfasst. Innerhalb dieses theoretischen Konstrukts formuliert sie konkrete Gestaltungsmaßnahmen für die Vertrauensbildung zwischen Mitarbeitern virtueller Unternehmen.