

1. Record Nr.	UNINA9910563023103321
Autore	Knassmüller Monika
Titolo	Unternehmensleitbilder im Vergleich : Sinn- und Bedeutungsrahmen deutschsprachiger Unternehmensleitbilder - Versuch einer empirischen (Re-)Konstruktion / Wirtschaftsuniversitat Wien, Monika Knassmuller
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (288 p.) : , EB00
Collana	Forschungsergebnisse der Wirtschaftsuniversitat Wien ; 5
Soggetti	Sociology Business strategy Management & management techniques
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Nota di contenuto	Aus dem Inhalt: Leitbilder als Instrument der betriebswirtschaftlichen Strategie- und Steuerungslehre (Literatur und Praxis) - Leitbilder als kontextualisierte Kommunikationsform - Soziale Repräsentationen als vermittelnde Instanz - Forschungsfrage und Untersuchungsziel - Methodologische Grundlagen - Eine diskursanalytische Forschungsstrategie - Untersuchungsablauf und Methodenkanon - Scope der Untersuchung - Empirische Befunde: Identifikation möglicher Diskursstrange in Unternehmensleitbildern - Identifizierung typischer Diskursstrange (Kernthemen) - Detailanalyse der Diskursstrange - Normalitätsfolie (Template und Plot) - Normalitätsfolie als heuristisches Instrument.
Sommario/riassunto	Unternehmensleitbilder zählen zum Standardrepertoire moderner Unternehmensführung. Was aber kennzeichnet ein Unternehmensleitbild? Zu wissen, was ein Leitbild zum Leitbild macht, bedeutet auch, «richtig» bzw. «normal» von «falsch» bzw. «untypisch» oder «seltsam» unterscheiden zu können. Vor diesem Hintergrund sozial verfügbaren Wissens über Leitbilder werden die Dokumente erstellt, aber auch rezipiert und verstanden. Gestützt auf die Theorie der sozialen Repräsentationen und eingebettet in eine diskursanalytische Forschungsstrategie zielt diese Analyse von 84 Leitbildtexten des deutschen Sprachraumes auf die (Re-)Konstruktion

der sozial geteilten Wissensbasis. Das daraus entwickelte «typische Unternehmensleitbild» ist ein Modell, das in dieser Form empirisch nicht vorkommt und dennoch typisch für die untersuchten Texte ist.
