



1. Aufl. 2019, XV, 376 S. 68 Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

[1] 49,99 € (D) | 51,39 € (A) | CHF
55,50

eBook

[2] 39,99 € (D) | 39,99 € (A) | CHF
44,00

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Ronny Alexander Fürst (Hrsg.)

Gestaltung und Management der digitalen Transformation

Ökonomische, kulturelle, gesellschaftliche und technologische Perspektiven

Reihe: AKAD University Edition

- Thematisiert neben dem Management auch soziale und gesellschaftliche Implikationen der digitalen Transformation
- Interdisziplinäres Autorenteam von Experten aus Wirtschaft, Technik, Philosophie und Sprachwissenschaften
- Beiträge des renommierten AKAD Forums

Die Digitalisierung und der sich exponentiell entwickelnde technologische Fortschritt bahnen sich ihren Weg in alle Lebensbereiche einer globalisierten Welt - scheinbar völlig ungeachtet davon, wie dies von einzelnen Individuen und Gesellschaften wahrgenommen und bewertet wird. Manche fühlen sich als Verlierer und haben Ängste, von Robotern und künstlicher Intelligenz ersetzt zu werden, andere entdecken in der Zeitenwende neue Chancen und Perspektiven. Dies wirft zu den technologischen und ökonomischen Herausforderungen der digitalen Transformation zusätzliche kulturelle und gesellschaftliche Fragen auf. Beim 9. AKAD Forum der AKAD University diskutierten Wissenschaftler und Top-Manager das Leitthema „Digitale Transformation = soziale Revolution?“ In diesem Buch werden nun die Fachbeiträge der Experten aus Wirtschaft, Technik, Philosophie und Sprachwissenschaften einem breiteren Publikum vorgestellt. Nach einer theoretischen und praktischen Standortbestimmung werden Konzepte zum Management der digitalen Transformation aufgezeigt, durch die Digitalisierung induzierte soziale Entwicklungen diskutiert und der erforderliche Kompetenzwandel in der digitalen Arbeitswelt sowie neue Anforderungen an die Personalentwicklung beleuchtet und abschließend Zukunftsperspektiven abgeleitet. Lesenswert für alle, die die digitale Transformation verstehen und aktiv gestalten wollen! „Dieses Buch zeigt, wie es Unternehmen gelingt, ihre Geschäftsmodelle auf die digitale Zukunft vorzubereiten und wie dadurch Wettbewerbsvorteile geschaffen und Kunden-Anforderungen besser erfüllt werden können.

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

