



Jens Krüger

Kooperation und Wertschöpfung

Mit Beispielen aus der Produktentwicklung und unternehmensübergreifenden Logistik

- Bisherige Grenzen der Geschäftsprozessmodellierung werden überwunden
- Der Mensch wird angemessen positioniert
- Verknüpfung von "weichen" Methoden z.B. der Kommunikations- oder Motivationstheorie mit "harten Forderungen" der Prozessmodellierung
- Grundlegende Klärung eines komplexen Begriffs mit vielen veranschaulichenden Abbildungen

Arbeitswissenschaften, Prozessgestaltung und Unternehmensorganisation, Informatik und Unternehmensberatung stützen sich auf Kooperation als elementare Methode der unternehmerischen Wertschöpfung. Um die Prinzipien der Kooperation anwenden zu können, beginnt das Buch mit einer grundlegenden Hinführung zum Thema. Die entscheidenden Fragen Wer kann kooperieren? und Was ist Kooperation? werden zum Ausgangspunkt der Bearbeitung: Lebensformen und Vernunft, soziale Systeme und Begriffe wie Intelligenz, Wahrheitstheorie und Kommunikationstheorie werden einbezogen. Der Bogen zur Wertschöpfung wird aus zwei Dimensionen einer Matrix aufgezogen: „kooperationsgeeignete und -ungeeignete Anreize“ und „kooperationsgeeignete und -ungeeignete Prozesse“. Dies führt zu Szenarien, die anhand einiger Beispiele aus der Praxis betrachtet werden. Das Buch gliedert sich wie folgt: Teil 1: Hinführung zum Thema Teil 2: Entwurf einer Theorie Teil 3: Rahmenmodell für Kooperation Teil 4: Perspektiven der Anwendung

2012, XV, 498 S. 210 Abb.

Printed book

Hardcover

[1]84,99 € (D) | 87,37 € (A) | CHF 94,00

eBook

[2]56,64 € (D) | 56,64 € (A) | CHF 64,30

Available from your library or springer.com/shop

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

