

Robert Aloys

Was kann Beratung leisten?

*Strategische, systemische und reflexive Beratung -
Ein Vergleich*

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2008 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783836619677

Robert Aloys

Was kann Beratung leisten?

Strategische, systemische und reflexive Beratung - Ein Vergleich

Robert Aloys

Was kann Beratung leisten?

*Strategische, systemische und reflexive Beratung -
Ein Vergleich*

Robert Aloys

Was kann Beratung leisten?

Strategische, systemische und reflexive Beratung - Ein Vergleich

ISBN: 978-3-8366-1967-7

Druck Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2008

Zugl. FernUniversität Hagen, Hagen, Deutschland, Diplomarbeit, 2008

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2008

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	1
2 Grundsätzliche Betrachtungen zur Unternehmensberatung.....	2
2.1 Definition der Unternehmensberatung.....	2
2.2 Der Beratungsmarkt im deutschsprachigen Raum	3
3 Grundsätzliches zu den Formen der Unternehmensberatung.....	7
3.1 Grundzüge der strategischen Beratung.....	8
3.2 Grundzüge der systemischen Beratung	10
3.3 Grundzüge der reflexiven Beratung	13
4 Die Funktionen der Unternehmensberatung	15
4.1 Die Mittlerfunktion der Unternehmensberatung	17
4.1.1 Selektion von Managementtalenten	18
4.1.2 Berater und Wissensintermediation.....	18
4.2 Die Ressourcenfunktion der Unternehmensberatung.....	18
4.2.1 Die Unternehmensberatung als Flexibilitäts- und Produktivitätsreserve.....	20
4.2.2 Die Unternehmensberatung als Wissenslieferant.....	20
4.3 Die Durchsetzungsfunktion der Unternehmensberatung	21
4.3.1 Die Unternehmensberatung als Zertifizierung	21
4.3.2 Die Unternehmensberatung als Placebo	22
4.3.3 Die Unternehmensberatung als Stellvertreter.....	22
5 Die Formen der Unternehmensberatung – ein kundenzielorientierter Vergleich	23
5.1 Die Formen der Unternehmensberatung und ihr Beitrag zur Mittlerfunktion	23