

Von kooperativer Marktstrategie zur Unternehmungsentwicklung Konzeption, Methodik und Praxisbeispiel der Organisationsentwicklung im Marketing

Autor/in:

Friedrich Glasl,

Willem J.J. Hasper

Erscheinungsjahr: 1988

Quellenangaben: Bern, Stuttgart

Seiten: 187

Zusammenfassung

Aus der Zusammenarbeit zwischen einem erfahrenen Unternehmens- und Marketingberater und einem führenden Experten der Organisationsentwicklung ist ein eigener Ansatz entstanden, der evolutionistische Konzepte für Mensch, Gruppe, Organisation und Umwelt mit den praktischen Entwicklungsmethoden des Marketing verbindet. Es werden Methoden dargestellt, wie sie in der Organisationsentwicklung bisher noch kaum anzutreffen waren.