

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	9
Verzeichnis der Herausgeber und Autoren	13
Deichsel, der Professor und die (Lehr-) Gemeinschaft.....	17
<i>Jan Biallas</i>	
Deichsel und die Medien: Markenführung im Zeitalter der Flüchtigkeit	23
<i>Martin Busch</i>	
Deichsel, die Soziologie und der Ursprung: Das Stammhaus.....	35
<i>Ulrich Carroux</i>	
Deichsel, die Soziologie und Ferdinand Tönnies	41
<i>Uwe Carstens</i>	
Deichsel, die Markensoziologie und die Werbung.....	51
<i>Christian Dietrich</i>	
Deichsel, der Soziologe und die Marke: Nach Tisch bei Disch	61
<i>Wolfgang K.A. Disch</i>	
Deichsel und das Öffentliche in der veröffentlichten Meinung.....	69
<i>Oliver Errichiello</i>	
Deichsel, die Markentechnik und das Recht.....	79
<i>Henning Harte-Bavendamm</i>	
Deichsel und die Naturwissenschaften: Ein Blick in die Leibniz-Werkstatt.....	93
<i>Hartmut Hecht</i>	
Deichsel und die Führung von Gestalt	105
<i>Timm Homann</i>	
Deichsel, Russland und die Universität Sankt Petersburg	113
<i>Denis Mironov und Alexander Boronoev</i>	
Deichsel, die Soziologie und die Immobilie.....	117
<i>Günter Rudloff</i>	
Deichsel und die Soziologie als naturbezogene Kulturwissenschaft	131
<i>Rainer Waßner</i>	
Deichsel und das Vertrauen als Koordinationsmechanismus.....	145
<i>Carl Christian von Weizsäcker</i>	
Deichsel und die Sprache: Der unselige Chrysostomos – oder: Von den Schwierigkeiten des Goldenen Mundwerks	157
<i>Jean-Marie Zemb</i>	

Deichsel, die Soziologie und das Vorurteil.....	165
<i>Arnd Zschiesche</i>	
Epilog.....	175
Schriftenverzeichnis	177

Die Soziologie, der Gestaltwille und die Marke

Soziale Systeme verstehen und führen

Homann, T.; Zschiesche, A.; Errichiello, O. (Hrsg.)

2015, XV, 185 S. 11 Abb., 9 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-658-10115-2