

Die Mcdonaldisierung Der Gesellschaft By George R

This is likewise one of the factors by obtaining the soft documents of this **Die Mcdonaldisierung Der Gesellschaft By George R** by online. You might not require more era to spend to go to the ebook start as skillfully as search for them. In some cases, you likewise attain not discover the proclamation Die Mcdonaldisierung Der Gesellschaft By George R that you are looking for. It will completely squander the time.

However below, like you visit this web page, it will be therefore extremely simple to acquire as competently as download guide Die Mcdonaldisierung Der Gesellschaft By George R

It will not take on many mature as we accustom before. You can accomplish it while feat something else at house and even in your workplace. appropriately easy! So, are you question? Just exercise just what we find the money for below as with ease as evaluation **Die Mcdonaldisierung Der Gesellschaft By George R** what you when to read!

*Die Mcdonaldisierung
Der Gesellschaft By
George R*

Downloaded from
votelittle.com by guest

REINA PONCE

Soziologische Gegenwartsdiagnosen I

Routledge

Das Buch versammelt zentrale Beiträge von Uwe Schimank zur Differenzierungstheorie.

An Literatur erinnern CRVP

Globalization has become a common phenomenon, yet one that many people experience as a threat not only to their economic existence, but also to their cultural and moral self-image. This volume takes an interdisciplinary approach to provide a theoretical overview of how business ethics deals with the phenomenon of globalization. The authors first examine the origins and development of globalization and its interaction with business ethics, before discussing the impact on and role of national and multinational corporations. The book goes on to examine the relationship between industrialized and developing countries, and explores the place of ethics in globalized markets.

Die McDonaldisierung der Gesellschaft

Springer-Verlag

Die Tabus sind überwunden, Schuld ist abgegolten, political und memorial correctness bedeuten keinen Maulkorb mehr - immer wieder wird behauptet, dass die junge Generation die erste sei, die sich ohne Last der deutschen Vergangenheit annehmen und frei über sie sprechen kann. Aber ist das wirklich der Fall? Besteht nicht weiterhin ein Unbehagen mit der Vergangenheit? Abseits literaturwissenschaftlicher Trampelpfade untersucht Kirstin Frieden Formate unterschiedlicher Mediensegmente wie Performances, Comedy und Neue Medien (z.B. Facebook und YouTube). Sie diagnostiziert neue Möglichkeiten des Sprechens über den Holocaust sowie einer Erinnerungskultur, die das manifeste Gedächtnisparadigma medial

transformiert.

Globalisierte Religion Kohlhammer Verlag Studienarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich Soziologie - Sonstiges, Note: 1,0, Justus-Liebig-Universität Gießen (Institut für Soziologie), Sprache: Deutsch, Abstract: Die Auswirkungen von McDonald's, eine der einflussreichsten amerikanischen Entwicklungen des 20. Jahrhunderts, sind nicht nur innerhalb der Fast Food-Branche oder Gastronomie zu finden. McDonald's hat ein breites Spektrum von Unternehmen und sogar den Lebensstil in großen Teilen der Welt beeinflusst. Deren Geschäftsbasis, McDonaldisierung genannt, ist ein auf Rationalismus aufbauendes Geschäftsmodell der Fast Food-Branche, den Gewinn zu maximieren und möglichst effizient zu arbeiten. McDonald's führte ein System ein, das sämtliche Arbeitsabläufe standardisiert und somit eine hohe Effizienz für Kunden und Restaurant bietet. Der US-amerikanische Soziologe George Ritzer definiert die McDonaldisierung der Gesellschaft als „den Vorgang, durch den die Prinzipien der Fast-Food Restaurants immer mehr Geschäfts- und Gesellschaftsbereiche auf der ganzen Welt beherrschen. Dieser Vorgang ist überall auf der Welt im täglichen Leben beobachtbar. Wir befinden uns in einer schnelllebigen Gesellschaft, in der es darauf ankommt, mit dem Optimum an Effizienz zu arbeiten und möglichst kosteneffektiv zu wirtschaften. Oft denken wir nicht bewusst mcdonaldisiert, sondern handeln unbewusst rational. Das Streben nach Effizienz und Vorhersehbarkeit ist mittlerweile zu einem unbewusst stattfindenden Prozess geworden, den wir quasi immer und überall im täglichen Leben beobachten können. Diese Phänomene und Auswirkungen wirken sich natürlich ihrerseits auch wieder auf unsere Ess- und Kochkultur aus. Aus der Systemgastronomie stammend wird auch die traditionelle Küche durch die McDonaldisierung beeinflusst. Dies geschieht jedoch oft indirekt, indem sich

die McDonaldisierung in einem ökonomischen oder sozialen Phänomen widerspiegelt, das sich seinerseits wieder auf die Esskultur auswirkt. In dieser Hausarbeit werden die Auswirkungen der mit der verbundenen Rationalisierung der McDonaldisierung auf die deutschen Fast Food- Kulturen untersucht. Das Essen selbst steht in Beziehung zu seiner ökonomischen Rationalisierung. Diese ökonomische Rationalisierung ist Gegenstand dieser Hausarbeit. Untersucht und Erörtert werden die vier Dimensionen der McDonaldisierung (Effizienz, Quantifizierbarkeit, Vorhersagbarkeit, Kontrolle), deren Auswirkungen auf die Gesellschaft und die deutsche Fast-Food-Kultur und die damit verbundenen ökonomischen und sozialen Effekte. *Organisation und gesellschaftliche Differenzierung* diplom.de Neben Schriftstellerarchiven sind es besonders literarische Museen und Gedenkstätten, die an Autor_innen und ihre Literatur erinnern. Doch wie genau erfüllen sie diese Aufgabe und was unterscheidet die Museen von den Gedenkstätten? Vor dem Hintergrund erinnerungstheoretischer Annahmen untersucht Anna Rebecca Hoffmann, wie diese Erinnerungsarbeit konkret ausgestaltet wird. Dazu hat sie die Ausstellungskonzepte von zehn literaturmusealen Einrichtungen (zu Büchner, Lessing, Brecht, May, Kleist, Grass, Strittmatter, Storm, Seghers, Raabe) analysiert und Interviews mit den dort jeweils Verantwortlichen geführt. Auf dieser Datenbasis entwickelt Hoffmann eine Typologie literaturmusealer Erinnerungsarbeit, die erstmals systematisch Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Museen und Gedenkstätten aufarbeitet und strukturiert. Wörterbuch zur Mikropolitik Springer-Verlag Inhaltsangabe: Einleitung: Um sich der Thematik zu nähern werden im ersten Kapitel der vorliegenden Arbeit die

Fragestellung, Zielsetzung und Vorgehensweise dieser erläutert. Grundlage ist hierfür ein vorausgesetzter Sachverhalt (Abschnitt 1.3), sowohl von Seiten der Anbieter als auch der Kunden der Museumsshops (im Folgenden „MS“ genannt, soweit nicht in Überschriften oder in Zitaten verwendet). Abschließend wird versucht, den Begriff der „Postmoderne“ zu definieren, da ihm im gesamten Dokument eine bedeutende Rolle zukommt. Die vorliegende Arbeit soll aufzeigen, wie und warum sich die MS in Deutschland in den vergangenen 20 Jahren so erfolgreich entwickelt haben. Die Sachverhalte, die dieser Arbeit zugrunde liegen und im Abschnitt 1.3 bewiesen werden, sind der enorme Erfolg und die außerordentliche Bedeutung deutscher MS in der heutigen Zeit. Den MS nur als Notlösung der deutschen Museumslandschaft zu sehen, um den Kürzungen der öffentlichen Gelder entgegenzuwirken, ist eine sehr einseitige Perspektive, die dem Phänomen des MS bei weitem nicht gerecht wird. Allein aus diesen finanzpolitischen Gründen der Museen kann sich der MS in Deutschland nicht so entwickelt haben, wie er sich tatsächlich entwickelt hat. Was hat die Entwicklung faktisch vorangetrieben? Welche Ursachen stecken dahinter? Und welche Funktionen, die die MS in unserer heutigen Gesellschaft übernehmen (können), sind dabei von besonderer Bedeutung? Die Ausführungen zur Beantwortung dieser und weiterer Fragen begleitet immerfort ein Diskurs. Er zieht sich wie ein „roter Faden“ durch das vorliegende Dokument. Der MS ist der Punkt im Museum, an dem Kultur und Kommerz, respektive Konsum, am deutlichsten zusammentreffen. Die Frage lautet also: Kommerzialisieren die MS die Kultur oder nicht? Einerseits besteht die Befürchtung, dass der MS als „Teufelszeug“ die Moral erodiert und die Kommerzialisierung im negativen Sinne stärkt, was die Bereitschaft zum Ausverkauf der Kultur wachsen lässt. Andererseits wird versucht klarzustellen, dass es bei den MS nicht um ein „Übermarketing“ oder einen „gnadenlosen Konsumterror“ geht, sondern dass vielmehr versucht wird, eine stärkere inhaltliche und emotionale Bindung an die Kunst, die Geschichte und die Museen zu erreichen. In der Stadt Bremen werden diese konträren Perspektiven beispielhaft verdeutlicht: Während die Kunsthalle mit der Sonderausstellung „Paula in Paris“ die Publikumsmassen sowohl in das Museum als auch in den hervorragend sortierten [...]

Nationalism and Cultural Revival in

Southeast Asia Campus Verlag
Dies Buch ist ein Geburtstagsgeschenk für Horst Bosetzky zu seinem 60. Geburtstag am 1. 2. 1998. Die Autorinnen und Autoren sowie die Herausgeber gratulieren ihm aufs herzlichste und ehren damit zugleich den Freund und Kollegen, dessen wissenschaftliches Werk eng mit dem Begriff der Mikropolitik verbunden ist. Die Arbeiten an dieser Festschrift waren nicht immer einfach, da sie konspirativ vonstatten gehen mußten, liegt doch das Arbeitszimmer des Jubilars just zwischen denen der beiden Herausgeber. So mußten wir ihn buchstäblich umgehen und darauf achten, in Gesprächen mit ihm uns nicht zu verprechen, nicht zu laut mit den 65 Autorinnen bzw. Autoren und dem Verlag zu telefonieren, keine Texte neben Druckern und Kopierern liegenzulassen und den Bildschirm zu löschen, wenn der Kollege anklopfte. Denn bei ihm mußten wir höchstes Interesse am Thema Mikropolitik unterstellen ... Über die Bedeutung dieses Wortes gibt es in diesem Lexikon ein Hauptstichwort, und auch in der Laudatio sowie in vielen Einzelstichwörtern wird der Terminus immer wieder aufgegriffen und hin- und hergewendet. Das machen wir hier also nicht noch einmal. Immerhin muß zur Auswahl der Stichwörter doch so viel kurz erläutert werden: Unser Vorgehen bei der Zusammenstellung der Liste war assoziativ: Wir selbst haben mit einem Stammbuch an Stichwörtern begonnen (da waren es ca. 40) und haben ihn stets nach entsprechenden Einfällen, Zurufen etc. ausgeweitet.

McDonaldisierung als Verwirklichung der formalen Rationalität diplom.de

This book illustrates the various facets of internationalization in managerial practice, starting with a strategic outline of the many options firms have when formulating internationalization strategies. Designed as a textbook for Bachelor, Master and MBA classrooms, the core of the book consists of six case studies on firms from diverse industries, such as sporting goods, aviation, grocery discount, motorcycle, computer and IT, and fast-food. The cases present a variety of ways of entering and operating in foreign markets, such as export, franchising, joint ventures, strategic alliances, greenfield-investments, acquisitions and mergers. In addition to market entry strategies, the cases provide readers, educators and students with insights into target market strategies, timing strategies, allocation strategies and coordination strategies of well-known companies.

Feuervogel Springer-Verlag

Inhaltsangabe: Problemstellung: Das

Thema der Diplomarbeit unter dem genauen Titel «Automatisierung von DL Chancen und Risiken» wurde mir von Herrn Prof. Dr. U. Kadritzke, Professor für Industrie- und Betriebssoziologie an der FHW Berlin, empfohlen. Die von Günter Voß und Kerstin Rieder formulierte These des Arbeitenden Kunden wird in dieser Diplomarbeit eingehend untersucht werden. Demnach zeichnet sich eine Entwicklung ab, die langfristige Auswirkungen auf das gesamte alltägliche Leben in unserer Gesellschaft haben wird. Die Theorie des Arbeitenden Kunden analysiert einen sich derzeit abzeichnenden Trend, wonach sich Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend selbst bedienen müssen, weil Unternehmen aus Kostengründen Funktionen auf sie verlagern. Die von Kunden geleistete eigene Arbeit weist eine bislang unbekannte und neuartige Qualität auf. Als Folge so die These - könnte sich hieraus ein neuer aktiver Grundtypus des Konsumenten in unserer Gesellschaft herausbilden. Dieser neue Konsumententypus wird von Voß und Rieder als «Arbeitender Kunde» bezeichnet. Gang der Untersuchung: Zunächst stelle ich im zweiten Kapitel die These des Arbeitenden Kunden kurz im Allgemeinen vor. Dann beschreibe ich im dritten Kapitel den historischen Prozess der zunehmenden Auslagerung betrieblicher Funktionen auf die Kunden, der schließlich in der heutigen Situation seinen vorläufigen Höhepunkt erreicht hat. Im darauf folgenden Kapitel geht es um die Entdeckung des aktiven Konsumenten in der betriebswirtschaftlichen Forschung. Zudem wird aufgezeigt, wie das Zusammenspiel zwischen aktivem Konsument und Unternehmen funktioniert. Dabei wird auch der betriebliche Hintergrund der Entwicklung beleuchtet werden. Im fünften Kapitel wird der Strukturwandel skizzenhaft anhand der Dimensionen Praxis, Ökonomie und Existenzialität diskutiert. In diesem Kontext wird der Zusammenhang von Arbeitskraft(-Nutzung) und Konsum verdeutlicht. Um die Skizze des neuen Arbeitenden Kunden anschaulich zu machen, folgt an dieser Stelle ein grobes Raster historischer Konsumententypen. Den Abschluss der Arbeit bildet letztlich das Fazit zum behandelten Thema. Inhaltsverzeichnis: Inhaltsverzeichnis: 1. Einleitung 8 2. These: Der Arbeitende Kunde 9 3. Von der Selbst-Bedienung zur erweiterten Co-Produktion - Historischer Prozess des aktiven Konsums 11 3.1 Entstehung und Entwicklung des aktiven Konsums 11 3.1.1 Die Anfänge: Massenproduktion, Massenkonsum und

Selbstbedienung 12 3.1.2 Ausbreitung von [...]

Postkoloniale Theologien II Springer Studienarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich Sport - Sportsoziologie, Note: 1,3, Justus-Liebig-Universität Gießen (Institut für Soziologie), Sprache: Deutsch, Abstract: Jede Woche strömen zahlreiche Besucher und Fußballfans in die Stadien der Bundesligisten, um ihren Verein durch lautstarken und farbenfrohen Support nach vorn zu peitschen oder um ein spannendes Fußballspiel zu sehen. Ob treue Fans, fußballzentrierter Event-Fan oder sportbegeisterte Familie: Für viele Menschen stellt der Stadionbesuch am Wochenende eine Faszination und Spektakel dar, das Woche für Woche als Ritual praktiziert wird. Der rasante Zuwachs wurde ermöglicht und beschleunigt durch Modernisierungen um und die Jahrtausendwende, die in dieser Arbeit gründlich untersucht werden. Ergebnisse dieser Kommerzialisierung sind die Gewinnung neuer Zuschauergruppen, Mehrkomfort in Stadien und eine bessere internationale Vermarktung von Verein und Liga, die sich wiederum in die Generierung neuer Einnahmequellen auswirkt. Auch die fortschreitende Mediatisierung und die zunehmende Bedeutung des Internets sorgte dafür, dass der Fußball sich international vermarkten konnte und Zuschauer in aller Welt angesprochen werden können. Eine ähnliche Entwicklung geht vom Franchise-Unternehmen McDonald's aus. Der Konzern schaffte es in den 1950er Jahren, durch ausgefeilte Rationalisierung, „den Hamburger auf's Fließband zu hieven“ und seine Geschäftsstrategien nachhaltig zu optimieren. Die Auswirkungen sind nicht nur innerhalb der Fast Food-Branche zu finden, McDonald's hat ein breites Spektrum von Unternehmen und sogar den Lebensstil in großen Teilen der Welt beeinflusst. Deren Geschäftsbasis ist ein auf Rationalismus aufbauendes Geschäftsmodell der Fast Food-Branche, den Gewinn zu maximieren und möglichst effizient zu arbeiten. Es wurde ein System eingeführt, das sämtliche Arbeitsabläufe standardisiert und somit eine hohe Effizienz für Kunden und Restaurant bietet. Untersucht werden die vier Dimensionen der McDonaldisierung, deren Auswirkungen auf die Gesellschaft und die damit verbundenen ökonomischen und sozialen Effekte. Untersuchungsgegenstand ist die Erörterung der Modernisierung des Spitzfußballs. Ergänzt wird die Entwicklung des durch die Darstellung der um die 1990er Jahren entstehenden Ultra-Kulturen, die eine Parallelentwicklung zu

der Modernisierung des Fußballs darstellt und die Irrationalität des Rationalen kritisiert. Abschließend soll die Forschungsfrage, inwiefern die Modernisierung und Globalisierung des Fußballs in Deutschland und Europa als eine durch McDonaldisierung geprägte Entwicklung angesehen werden kann, erörtert werden.

Die Kommerzialisierung und Globalisierung des deutschen Profifußballs GRIN Verlag

Studienarbeit aus dem Jahr 2009 im Fachbereich Soziologie - Arbeit, Beruf, Ausbildung, Organisation, Note: 2,0, Ruhr-Universität Bochum, Veranstaltung: Theorien und Methoden der Arbeits- und Organisationsforschung, Sprache: Deutsch, Abstract: Der Begriff "McDonaldisierung" wurde von dem amerikanischen Soziologen George Ritzer geprägt. Dieser versteht darunter einen Vorgang, in dem die Gesellschaft immer mehr, in der Fast-Food-Branche übliche Vorgehensweisen und Eigenschaften übernimmt und somit selbst zu einer Art Fast-Food-Restaurant wird - eben mcdonaldisiert wird. Ritzer wählte McDonalds als Inbegriff dieses Prozesses aus, da diese Kette den weltweit größten Erfolg zu verbuchen hat und als eines der ersten Fast-Food-Restaurants mit extremen Rationalisierungsmaßnahmen begann. Ritzer selbst versucht, mit dem Begriff eine neue Entwicklung innerhalb der Rationalisierungs- und der Globalisierungsprozesse darzustellen, doch ist dies wirklich so? Kennzeichnet die McDonaldisierung wirklich etwas Neues, oder beschreibt sie einfach nur Rationalisierung und Globalisierung, vermischt mit ein wenig Amerikanisierung? Genau dieser Frage soll im Rahmen der vorliegenden Arbeit nachgegangen werden. Es soll untersucht werden, ob George Ritzer tatsächlich einen eigenständigen Begriff entwickelt hat, der etwas wirklich Neues darstellt. Um dies zu untersuchen werden zunächst die drei Begriffe, aus denen sich die McDonaldisierung möglicherweise zusammensetzt, näher definiert. Dies sind wie schon erwähnt die Rationalisierung (1.1), Amerikanisierung (1.2) und die Globalisierung (1.3). Anschließend wird der Begriff der McDonaldisierung vorgestellt, indem die vier von Ritzer aufgestellten Kernpunkte Effizienz (2.1.1), Berechenbarkeit (2.1.2), Vorhersagbarkeit (2.1.3) und Kontrolle (2.1.4) näher erläutert werden. Dabei soll immer erst Ritzers Ansicht vorgestellt werden, bevor in einem kurzen Zwischen-fazit schon einmal der Neuwert seiner Aussagen untersucht wird. Danach werden die

Veränd
Kraft Gesetz GIGA-Hamburg
Eine McDonaldisierung deutscher Museen?
- Museen im Firstspace der Stadt - Museen im Secondspace der Stadt - Museen im Thirdspace der Stadt - Lebensstile oder Klassen? - Die empirische Studie - Ergebnisse der mikrosoziologischen Analysen - Das Museum als Faktor und Produkt der Gesellschaft
Das individualisierte Ich in der modernen Gesellschaft Tenea Verlag Ltd.
Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich BWL - Sonstiges, Note: 1,5, Universität Leipzig (Institut für Geographie), Veranstaltung: Wirtschaftsgeographie, 7 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Vorwort Der Begriff McDonaldisierung wurde durch den amerikanischen Soziologen George Ritzer geprägt. Ritzer, 1940 geboren, suchte nach einem modernen, zeitgemäßen Begriff für die Theorie des deutschen Soziologen Max Weber vom formalen Rationalismus und seiner höchstentwickelten Form der Bürokratie. Zu Beginn der 80er Jahre stellte Ritzer dann die Theorie Webers mit den sich rasant ausbreitenden Filialen der Fast-Food- Industrie in Verbindung. Dabei fragte er sich mit Besorgnis nach den Ursachen, die die Ausbreitung derart beschleunigten. Er stellte fest, dass diese "Institutionen" und auch Firmen auf anderen Gebieten die Kernpunkte der Theorie Webers, wie die Effizienz, die Vorhersagbarkeit, die Berechenbarkeit sowie die Kontrolle, vollkommen in ihre Firmenphilosophien integriert haben und dass somit die Bürokratisierung nicht mehr die höchste Stufe des Rationalismus darstellte. Da McDonalds der erfolgreichste Verfechter dieses Phänomens war und bei späteren Diskussionen in Vorlesungen und Foren immer wieder das Beispiel McDonalds genannt wurde, nahm Ritzer diesen Begriff auf und nannte die Weiterentwicklung der Theorie des Rationalismus McDonaldisierung. Dieser Sachverhalt ist auf nahezu alle Bereiche des Lebens anzuwenden, vor denen die Bürokratisierung halt gemacht hat. George Ritzer ist heute Professor an der Universität von Maryland und zählt zu den wichtigsten Soziologen der letzten Dekaden. Ursprünge der These Die McDonaldisierung ist kein Prozess, der aus dem Nichts die Welt "eroberte", sie hat ihre Wurzel in den Theorien von Max Weber bzw. in den Grundsätzen Taylors.
Handbuch Soziologie GRIN Verlag
Inhaltsangabe: Ein Klempner wird zu einem Reparaturauftrag zu einer

türkischen Familie geschickt. Nachdem der Familienvater ihm die Haustür geöffnet hat, bittet er den Klempner höflich, sich vor dem Betreten der Wohnung die Schuhe auszuziehen. Dieser ist darüber verwundert, empfindet das Anliegen als erniedrigend und schläft deshalb die Bitte ab. Es kommt zu einer Auseinandersetzung in der der Hausherr darauf hinweist, es entspreche den türkischen Gepflogenheiten, als Gast niemals ein fremdes Haus in Straßenschuhen zu betreten. Dies habe religiöse Gründe, da in seiner Religion Haus und Hof heilig seien. Der Klempner erwidert, er sei nicht als Gast, sondern zum Arbeiten gekommen und habe noch nie während der Arbeit die Schuhe ausziehen müssen. Da es zu keiner Einigung kommt, zieht der Klempner unverrichteter Dinge wieder ab und stellt der Familie seine Fahrtkosten in Rechnung. Der türkische Familienvater weigert sich, die Rechnung zu bezahlen und begründet dies damit, der Klempner habe ja keine Leistung erbracht. Der Streit hierüber geht vor Gericht und wird von Instanz zu Instanz unterschiedlich entschieden, bis in der letzten Instanz die türkische Familie Recht bekommt: Das Gericht erkennt den religiösen Hintergrund des Ansinnens des türkischen Familienvaters an und verweist in seiner Urteilsbegründung auf die in Deutschland geltende Freiheit der Religionsausübung. Diese Begebenheit ist tatsächlich in Deutschland passiert. Der Konflikt hätte vermieden werden können, wenn beide Beteiligten, jedoch insbesondere der Klempner, sich interkulturell kompetent verhalten hätten. Interkulturelle Kompetenz als menschliche Fähigkeit und Qualifikation ist das Thema dieser Arbeit. Diese Qualifikation wird häufig im Zusammenhang mit weltweiten Phänomenen am Ende des 20. und Beginn des 21. Jahrhunderts genannt, die mit dem Begriff Globalisierung umschrieben werden. Dieser Arbeit liegen zwei Forschungsfragen zugrunde: Zum einen soll geklärt werden, welche kulturellen Auswirkungen die Globalisierung hat und welche Folgerungen sich daraus für den Stellenwert interkultureller Kompetenz ergeben. Zum anderen wird erörtert, wie interkulturelle Kompetenz erworben werden kann. Gang der Untersuchung: Im ersten Teil dieser Arbeit (Gliederungspunkt 2) werden die konzeptionellen Grundlagen zur Klärung dieser Fragen gelegt, in dem die der Thematik innewohnenden zentralen Begriffe Kultur, interkulturelle Kompetenz und Globalisierung veranschaulicht und [...]

Neuverhandlungen des Holocaust

GRIN Verlag
Studienarbeit aus dem Jahr 2017 im Fachbereich Soziologie - Medien, Kunst, Musik, Note: 2,0, Johannes Gutenberg-Universität Mainz (Institut für Soziologie), Sprache: Deutsch, Abstract: 1993 hat der US-amerikanische Soziologe Georg Ritzer den Begriff „McDonaldisierung“ geprägt. Dieser beschreibt den Trend, dass McDonald's einen großen Wert auf die Effizienz, die Berechenbarkeit, die Vorhersagbarkeit und die Kontrolle legt. Diese grundlegenden Organisationsprinzipien, die den wirtschaftlichen Erfolg von McDonald's Fast-Food-Restaurants erklären, wurden und werden in zahllosen anderen Gesellschaftsbereichen auf der ganzen Welt nachgeahmt und kopiert. Tendenzen in Richtung McDonaldisierung sieht Ritzer u. a. auch im Gesundheitswesen, im Freizeitsektor, im Bildungswesen oder im Hotelgewerbe. Heute befinden wir uns in der Ära von Big Data, in der große Datenmengen in digitaler Form von zunehmender Bedeutung sind – sowohl im professionellen wie auch im privaten Bereich. Wir telefonieren, schreiben, lesen, kaufen, lernen etc. digital und hinterlassen täglich eine Menge von Daten im Internet, ob wir wollen oder nicht. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, inwieweit das Internet und die digitalen Technologien zu einer McDonaldisierung der Gesellschaft beitragen? Um diese Frage zu beantworten, gehe ich in vier Schritten vor. Zu Beginn jedes Kapitels beschreibe ich kurz die einzelnen Organisationsprinzipien von McDonald's. Daran schließen sich einige Beispiele an, die den Zusammenhang zwischen der McDonaldisierung der Gesellschaft und den digitalen Technologien/dem Internet plausibel machen sollen. Ein zusammenfassender Ausblick sowie einige praktische Tipps zur Erlangung der digitalen Mündigkeit beschließen die Arbeit.
Stabile Gemeinschaften GRIN Verlag
Dieser Band betrachtet Zeitdiagnose als eine notwendige wissenschaftliche Aufgabe und als eine entscheidende Möglichkeit, gegenwartsrelevante Forschung voranzutreiben und interdisziplinäre Perspektiven zu entwickeln. Der erste Teil des Buches stellt eine Theorie der Zeitdiagnostik vor. Im zweiten Teil wird der immer zu vollziehende Sprung von der Urteilskraft zur Entscheidung betrachtet, während es im dritten und vierten Teil um zentrale zeitdiagnostische Leitbegriffe geht. Insgesamt entwirft der Band das Bild einer wissenschaftlich reflektierten Zeitdiagnostik, die man als kritische

Wirklichkeitswissenschaft verstehen kann.
Differenzierung und Integration der modernen Gesellschaft Springer-Verlag
Welche Deutungsangebote macht die Soziologie für die Analyse gesellschaftlicher Gegenstandsbereiche? Um dieser Frage nachzugehen, bietet das „Handbuch Soziologie“ einen einzigartigen Überblick über die in deutschen, angloamerikanischen und französischen Zeitschriften am intensivsten diskutierten Themenfelder der Soziologie: Alter – Arbeit – Ethnizität – Familie – Geschlecht – Globalisierung – Individualisierung – Institution – Klasse – Kommunikation – Körper – Kultur – Macht – Markt – Migration – Nation – Organisation – (Post)Moderne – Prozess – Raum – Religion – Sexualität – Technik – Wissen – Wohlfahrtsstaat. Für jedes dieser Themenfelder wird erläutert, mit welchen theoretischen Konzepten zurzeit geforscht wird oder in der Vergangenheit gearbeitet wurde. Die Autoren stellen konkurrierende Ansätze ebenso dar wie international existierende Unterschiede. Das „Handbuch Soziologie“ will ein besseres Verständnis von Theorie am konkreten Beispiel ermöglichen. In der Zusammenschau der Artikel werden die Systematik, Fruchtbarkeit und Grenzen theoretischer Zugriffe auf verschiedene Gegenstandsbereiche für eine breite Scientific Community vergleichbar sowie die Spezifik soziologisch-theoretischer Perspektiven in angemessener Sprache öffentlich gemacht.
Globalisation and Business Ethics
Diplomica Verlag
Hinter Schlagworten wie Globalität, Globalisierung und Weltgesellschaft verbergen sich mitunter wohlfeile theoretische Konzepte, die jedoch oftmals den gesellschaftlichen Inhalt - die Gesellschaft und die Gesellschaftlichkeit konstituierenden Akteure - nicht im Blick haben. Im Mittelpunkt dieses Buches stehen daher die durch die 'Globalisierung' veränderten sozialräumlichen Beziehungen. Grenzüberschreitende Interaktionsformen bestimmen den Alltag von immer mehr Menschen und ihren Familien. Das Phänomen der räumlich dislozierten, d.h. transnationalen Familie ist in der sozialwissenschaftlichen Forschung jedoch noch weitgehend eine Terra incognita. Kann sie die zunehmend global vernetzte Infrastruktur, die Transport- und Kommunikationsmedien, für sich nutzen, um Distanzen zu überbrücken - wodurch die familiären Bindungen aufrechterhalten oder gestärkt werden können? Hierbei geht es auch um die Frage, ob transnationale Familien als Bestandteil einer sich formierenden Weltgesellschaft angesehen werden

können. Mit einem Vorwort von Jens Becker.
Die McDonaldisierung der Gesellschaft
 GRIN Verlag
 Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich BWL - Sonstiges, Note: 1,5, Universität Leipzig (Institut für Geographie), Veranstaltung: Wirtschaftsgeographie, 7 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Vorwort Der Begriff McDonaldisierung wurde durch den amerikanischen Soziologen George Ritzer geprägt. Ritzer, 1940 geboren, suchte nach einem modernen, zeitgemäßen Begriff für die Theorie des deutschen Soziologen Max Weber vom formalen Rationalismus und seiner höchstentwickelten Form der Bürokratie. Zu Beginn der 80er Jahre stellte Ritzer dann die Theorie Webers mit den sich rasant ausbreitenden Filialen der Fast-Food- Industrie in Verbindung. Dabei fragte er sich mit Besorgnis nach den Ursachen, die die Ausbreitung derart beschleunigten. Er stellte fest, dass diese

„Institutionen“ und auch Firmen auf anderen Gebieten die Kernpunkte der Theorie Webers, wie die Effizienz, die Vorhersagbarkeit, die Berechenbarkeit sowie die Kontrolle, vollkommen in ihre Firmenphilosophien integriert haben und dass somit die Bürokratisierung nicht mehr die höchste Stufe des Rationalismus darstellte. Da McDonalds der erfolgreichste Verfechter dieses Phänomens war und bei späteren Diskussionen in Vorlesungen und Foren immer wieder das Beispiel McDonalds genannt wurde, nahm Ritzer diesen Begriff auf und nannte die Weiterentwicklung der Theorie des Rationalismus McDonaldisierung. Dieser Sachverhalt ist auf nahezu alle Bereiche des Lebens anzuwenden, vor denen die Bürokratisierung halt gemacht hat. George Ritzer ist heute Professor an der Universität von Maryland und zählt zu den wichtigsten Soziologen der letzten Dekaden. Ursprünge der These Die McDonaldisierung ist kein Prozess, der aus dem Nichts die Welt „eroberte“, sie hat

ihre Wurzel in den Theorien von Max Weber bzw. in den Grundsätzen Taylors.
Einfluss des Internets auf die McDonaldisierung der modernen Gesellschaft. Wie die Marketing-Prinzipien von McDonalds auf andere Lebensbereiche übertragen werden KIT Scientific Publishing
 Vor dem Hintergrund von Rationalisierungsprozessen im Einzelhandel untersucht Dirk Dalichau in seiner ethnographischen Studie den Einfluss der zunehmenden Vereinheitlichung unserer Konsumlandschaft auf alltägliche Einkaufspraktiken. Am Fallbeispiel von vier Einkaufsstraßen in Frankfurt am Main erforscht er, inwiefern sich diese Praktiken in Filialgeschäften von solchen im nicht-filialisierten Einzelhandel unterscheiden. Er fokussiert dabei die Handlungen, theoretisch verstanden als 'soziale Praktiken', und fragt, ob sich das Handlungsrepertoire der Konsumenten ebenfalls in Richtung einer Standardisierung verändert.