

CONTENIDO

Presentación	11
Capítulo 1	
<i>Conocimiento</i>	13
Conocimiento, filosofía y estructuración del conocimiento en el entorno organizacional	14
Conocimiento y pragmatismo	21
Conocimiento y pensamiento crítico	26
Capítulo 2	
<i>Innovación</i>	29
Los orígenes y desarrollos de la innovación aplicados a la industria	32
La reestructuración organizacional a partir de los procesos de innovación. Una mirada desde el modelo autónomo y el modelo de enlace	34
El outsourcing como estrategia y como fuente para la innovación	36
La creatividad organizacional y los elementos que inciden en la innovación	37
Los sistemas nacionales de innovación.....	38
Innovación: ¿Por quién?, ¿cómo? y ¿para quién?.....	39
Capítulo 3	
<i>Una perspectiva desde el poder para entender la cohesión organizacional</i>	41
La autoridad en las organizaciones	42

La división social del trabajo y la solidaridad como elemento de cohesión social	53
La sociología de las organizaciones y la perspectiva crítica de la teoría de las organizaciones.....	54

Capítulo 4

<i>Transformación de las relaciones de autoridad en relaciones de confianza</i>	57
Poder o autoridad y organización.....	58
Poder y crecimiento económico: el surgimiento y el declive financiero en Occidente y su incidencia en las relaciones sociales y organizacionales.....	60
Relaciones económicas y de dominación en el ejercicio del poder: una mirada weberiana de la gestión y la regulación	63
Colaboración, cooperación o solidaridad y organización	65
Del poder a la confianza: fundamento de las formas de relación, una aproximación desde Luhmann	67

Capítulo 5

<i>Los fines organizacionales</i>	71
Concepción organicista de los fines	72
Concepción crítica de los fines	77
Los objetivos en la organización.....	79

Capítulo 6

<i>La estrategia, el estratega, los recursos y el contexto organizacional: diversas perspectivas de un campo de estudio en construcción</i>	83
Configuración y construcción del campo de dominio de la estrategia....	84
La estrategia, entre la formulación y la puesta en acción	88
La estrategia como proyección de lo que son los dirigentes.....	90
La estrategia, una mirada desde el contexto social	90
La estrategia, desde una mirada transversal.....	92
Estrategia y ventaja competitiva	94
La estrategia como comunidad de personas.....	95
La estrategia como proceso: Teoría de recursos y capacidades	96

Capítulo 7

<i>La responsabilidad social corporativa en el contexto del cambio institucional y organizacional</i>	113
---	-----

Desarrollos conceptuales y perspectivas en la responsabilidad social corporativa.....	114
Los orígenes del concepto de responsabilidad social corporativa	114
Teoría de los <i>stakeholders</i>	117
Cambio institucional y cambio organizacional.....	121
Una mirada al cambio institucional y organizacional en las incubadoras de empresas desde la RSE	124

Capítulo 8

<i>Redes empresariales</i>	145
Conceptualización teórica de las redes empresariales	146
Conceptualización en la práctica de las redes empresariales.....	148
Integración de redes empresariales	152
Aprendizaje interorganizacional	157
Bibliografía	163

PÁGINA EN BLANCO
EN LA EDICIÓN IMPRESA