

Emotionale Intelligenz als Schlüsselfaktor der Teamzusammensetzung

Eine empirische Analyse im Kontext der Sozialpsychologie und des organisationalen Verhaltens in jungen Unternehmen

Bearbeitet von
Yvonne Meves

1. Auflage 2012. Taschenbuch. xxii, 305 S. Paperback
ISBN 978 3 658 01067 6
Format (B x L): 14,8 x 21 cm
Gewicht: 425 g

Wirtschaft > Betriebswirtschaft: Theorie & Allgemeines > Organisationstheorie, -
soziologie und -psychologie

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungs- und Akronymverzeichnis	XIX
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation, Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Gang der Arbeit	8
2 Theoretische Basis	10
2.1 Abgrenzung der Komponenten des Forschungsbereichs	10
2.1.1 Entrepreneurship	11
2.1.2 Teams	14
2.1.3 Heterogenität	19
2.1.4 Entrepreneuriale Orientierung	24
2.1.5 Emotionale Intelligenz	28
2.1.6 Konflikte	31
2.1.7 Performance	32
2.1.8 Schnittmenge der Komponenten des Forschungsbereichs	34
2.2 Spezifische Herausforderung der Teambetrachtung	35
2.3 Literaturüberblick Heterogenität.....	37
3 Zugrundeliegende Theorien.....	46
3.1 Theorie des organisationalen Verhaltens	47

3.2	Sozial- und organisationspsychologische Theorien	51
3.2.1	Similarity-Attraction, Fit Paradigms und Similarity in Attitudes	51
3.2.2	Social-Identity und Self-Categorization Theorie	53
3.2.3	Theorie der Emotionen	54
4	Entwicklung des Forschungsmodells.....	59
4.1	Heterogenität und der Effekt auf die Team-Performance.....	59
4.2	Integration des mediierenden Effekts der Beziehungskonflikte	69
4.3	Integration des moderierenden Effekts von emotionaler Intelligenz	73
4.4	Zusammenfassung der Hypothesen des Forschungsmodells.....	77
5	Empirische Untersuchung.....	81
5.1	Erstellung des Untersuchungsdesigns	82
5.1.1	Entwicklung und Beschreibung des Untersuchungsmodells	83
5.1.1.1	Operationalisierung der Heterogenität	89
5.1.1.2	Operationalisierung der emotionalen Intelligenz	96
5.1.1.3	Operationalisierung der Beziehungskonflikte	99
5.1.1.4	Operationalisierung der Team-Performance	100
5.1.2	Bestimmung der Untersuchungsmethode	103
5.1.2.1	Kausalanalytische Verfahren	103
5.1.2.2	Varianzbasierte Kausalanalyse mit PLS	108
5.2	Gütebeurteilung von varianzbasierten Kausalmodellen	111
5.2.1	Gütebeurteilung von Messmodellen	112
5.2.2	Gütebeurteilung des Strukturmodells	126
5.2.3	Konstrukte höherer Ordnung.....	131

5.2.4	Beurteilung medienvermittelnder Effekte	135
5.2.5	Beurteilung moderierender Effekte.....	138
5.3	Erhebung der Daten	142
5.3.1	Datengenerierung.....	142
5.3.2	Erhebungsmethode.....	145
5.3.3	Rücklauf der Daten und Datenaufbereitung.....	152
5.3.4	Verteilung der Daten.....	156
5.3.5	Verzerrungen der Daten	157
5.4	Datenauswertung	161
5.4.1	Individualdaten	161
5.4.1.1	Deskriptive Ergebnisse und Korrelationen	161
5.4.1.2	Explorative Faktorenanalyse	165
5.4.1.3	Teilmodellebene	169
5.4.2	Aggregierte Daten	185
5.4.2.1	Methodik der Datenaggregation	185
5.4.2.2	Datenaufbereitung und Datenaggregation	189
5.4.2.3	Deskriptive Statistiken der aggregierten Daten	194
5.4.2.4	Explorative Faktorenanalyse der aggregierten Daten	196
5.4.3	PLS-Analyse	198
5.4.3.1	Berechnung von Konstrukten höherer Ordnung.....	199
5.4.3.2	Analyse der Messmodelle.....	202
5.4.3.2.1	Heterogenität in der individuellen entrepreneurialen entrepreneurialen Orientierung	202
5.4.3.2.2	Team-Performance.....	211

5.4.3.2.3	Beziehungskonflikte.....	213
5.4.3.2.4	Emotionale Intelligenz	215
5.4.3.3	Diskriminanzvalidität der Messmodelle	223
5.4.3.4	Analyse des Strukturmodells und Hypothesenprüfung	225
5.4.3.4.1	Analyse des Basismodells	226
5.4.3.4.2	Analyse des mediierenden Effekts	227
5.4.3.4.3	Analyse des moderierenden Effekts	232
5.4.3.4.4	Zusammenfassung der Hypothesenprüfung	239
6	Diskussion, Konklusion und Ausblick.....	242
6.1	Zusammenfassende Bewertung und Diskussion der Ergebnisse	242
6.2	Implikationen für die Forschung	247
6.3	Implikationen für die Praxis.....	249
6.4	Limitationen und Ausblick auf weitere Forschung	252
	Anhang	257
	Literaturverzeichnis	261