

Internet- Projektmanagement

*Konzeption und Realisierung von
erfolgreichen Internetprojekten*



ADDISON-WESLEY

An imprint of Pearson Education

München • Boston • San Francisco • Harlow, England
Don Mills, Ontario • Sydney • Mexico City
Madrid • Amsterdam

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Kapitel 1: Einführung in die Thematik	11
1.1 Projektmanagement	12
1.2 Was ist ein Projekt?	13
1.3 Internetprojekte und Projektbegriff	13
1.4 Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen herkömmlichen Projekten und Internetprojekten	14
Kapitel 2: Technische Grundlagen	17
2.1 Internet als Basis	18
2.2 Internet-Adressierungsverfahren	19
2.2.1 IP-Adressen	19
2.2.2 Domainnamen	20
2.3 Internetdienste	26
2.3.1 World Wide Web	27
2.3.2 E-Mail	29
2.3.3 FTP	30
2.3.4 News	31
2.4 Internet-Zugangsmöglichkeiten	33
2.5 Internet Authoring	34
2.5.1 Organisation von Webinhalten	34
2.5.2 Erstellung von Webinhalten	42
2.6 Bereitstellung von Informationen im Internet	44
2.6.1 Serversysteme	44
2.6.2 Webhosting	47

2.7	Software für Internet und eBusiness	52
2.7.1	Content-Management-Systeme	52
2.7.2	Application Server	61
2.7.3	eBusiness-Software	61
2.7.4	Softwarelösungen für Communities	64
2.7.5	Softwarelösungen für Personalisierung und eCRM	66
Kapitel 3: Grundlegende Werkzeuge und Instrumente des Projektmanagements		71
3.1	Projektmanagement	71
3.1.1	Ziele des Projektmanagements	72
3.1.2	Projektplanung	73
3.1.3	Aufgaben des Projektleiters	78
3.2	Alternative Vorgehensweisen	81
Kapitel 4: Projektphasen eines Internetprojekts		83
4.1	Konzept- und Planungsphase	84
4.1.1	Vorüberlegungen	85
4.1.2	Lastenheft und Pflichtenheft	120
4.1.3	Storyboard bzw. Drehbuch	121
4.1.4	Probleme bei Internetprojekten	122
4.1.5	Vertragsgestaltung	131
4.2	Designphase	136
4.3	Implementierung	138
4.4	Staging (und Test)	139
4.5	Inbetriebnahme	139
4.6	Laufender Betrieb	140
4.6.1	Anwendersupport und Schulung	141
4.6.2	Technischer Betrieb	141
4.6.3	Vermarktung	145
4.6.4	Inhaltspflege und Aktualisierung	153
4.6.5	Wartung und Weiterentwicklung der Anwendung	153
4.6.6	Erfolgsmessung/Web-Controlling	155
Kapitel 5: Internet- und eBusiness-Projekte erfolgreich realisieren		163
5.1	Von der Kundenanfrage zum Projektabschluss aus Agentursicht	163
5.1.1	Kundenanfrage	163
5.1.2	Kosten und Kalkulation	167
5.1.3	Pitch	172
5.2	Zusammensetzung der Projektgruppe	176
5.2.1	Projektgruppe auf Seiten des Dienstleisters	176
5.2.2	Projektgruppe auf Seiten des Auftraggebers	182
5.2.3	Begrifflichkeiten	183
Kapitel 6: Projektmanagement mit dem Internet		187

Kapitel 7: E-Mail als Bestandteil der Internetstrategie	191
7.1 E-Mail-Werbung und Spam	191
7.2 Newsletter und Kunden-Mailings	194
7.2.1 Ziele des Newsletter-Einsatzes	195
7.2.2 Newsletter und Spam	195
7.2.3 Erlaubnisbezogener Newsletter-Versand	195
7.2.4 Adressengenerierung	196
7.2.5 Anlässe	197
7.2.6 Inhalte und Incentives	197
7.2.7 Werkzeuge	197
Glossar	199
Stichwortverzeichnis	227