

Nils Rode

Wissensmarketing

Strategische Entscheidungsoptionen
für Anbieter von Wissen

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Modelle.....	IX
Verzeichnis der Simulationsläufe.....	XI
Verzeichnis der Abbildungen.....	XIII
1. Wissensmarketing: Eine neue Managementdisziplin.....	1
2. Grundlagen des Wissensmarketings.....	3
2.1 Schlüsselbegriffe und -konzepte.....	3
2.2 Wissensmarketing als Marketing-Teildisziplin.....	20
2.3 Besondere Herausforderungen des Wissensmarketings.....	28
2.4 Die steigende Relevanz des Wissensmarketings.....	42
2.5 Zusammenfassung.....	57
3. Ressourcen für das Wissensmarketing.....	59
3.1 Der systemdynamisch-ressourcenorientierte Ansatz.....	59
3.2 Identifikation von Ressourcen für das Angebot von Wissen.....	67
3.3 Aufbau von Ressourcen für das Angebot von Wissen.....	87
3.4 Nutzung von Ressourcen für das Angebot von Wissen.....	102
3.5 Zusammenfassung.....	126
4. Strategische Entscheidungsoptionen für das Wissensmarketing.....	129
4.1 Übersicht über die wichtigsten Strategieansätze.....	129
4.2 Strategieoptionen für die Auswahl von Ressourcen.....	142
4.3 Strategieoptionen für den Aufbau von Ressourcen.....	154
4.4 Strategieoptionen für die Nutzung von Ressourcen.....	164
4.5 Zusammenfassung.....	178
5. Zusammenfassung und Ausblick.....	181
Literaturverzeichnis.....	185
Stichwortverzeichnis.....	199