

Kommunikations- management im Wandel

Beiträge aus 10 Jahren **mcm**institute

Inhaltsverzeichnis

Salome Schmid-Isler

Einleitung 11

Beat F. Schmid

Medien- und Kommunikationsmanagement – Begriffsbestimmung und
Aufgabenfelder (1997) 21

I Das Digitale Medium

Peter Glotz

Von Analog nach Digital: Unsere Gesellschaft auf dem Weg zur
digitalen Kultur (2001) 55

Werner Wunderlich

The «Black Art»: A Revolution in the History of Media (2003) 69

Beat F. Schmid

Zur Entfaltung der Macht des Kalküls in der Wirtschaft und BWL (1999) 85

Miriam Meckel

Das Glück der Unerreichbarkeit. Wege aus der Kommunikationsfalle (2007) 113

II Medienwirtschaft

Peter Gomez & Lucy Küng

Creating Value in the New Economy. Do “old” economy
Management Concepts have a Future? (2001) 131

Wolfgang Maass & Florian Stahl

Content Management als Teil des Kommunikationsmanagement (2003) 151

Johannes Hummel & Ulrike Lechner
The Community Model of Content – A case study of the movie industry (2001)..... 163

Andreas Herrmann, Andreas Brandenburg, Boris Lyczek & Dorothea Schaffner
Wahrnehmungswerte als Herausforderung für die Messung
der Marketingproduktivität – Grenzen vorhandener Ansätze
und Vorschlag eines Synthesemodells (2004) 183

Katarina Stanoevska-Slabeva & Roman Högg
Towards Guidelines for Design of Mobile Services (2005)..... 197

III Kommunikationsmanagement

Markus Will & Ulrike Geissler
Verändert das Internet die Unternehmenskommunikation? (2000) 219

Sabine Einwiller & Markus Will
Towards an Integrated Approach to Corporate Branding – Findings
from an Empirical Study (2002)..... 231

Sabine Einwiller & Diana Ingenhoff
Corporate Branding and Issues Management – Integrating
Two Concepts to Enhance Corporate Reputation (2007)..... 249

Martin J. Eppler & Jeanne Mengis
The Concept of Information Overload – A Review of Literature
from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and
Related Disciplines (2004) 271

Matthes Fleck, Lars Kirchhoff, Miriam Meckel & Katarina Stanoevska-Slabeva
Einsatzmöglichkeiten von Blogs in der Unternehmenskommunikation (2007)..... 307

Christian Fieseler, Christian Hoffmann & Miriam Meckel
Herausforderungen der Kapitalmarktkommunikation in einem
dynamischen Umfeld (2007) 325

Beat F. Schmid & Miriam Meckel
Kommunikationsmanagement in der Symbolgesellschaft (2006)..... 339

IV Medien für die Kommunikation

<i>Martin J. Eppler, Patrick Seifried & Axel Röpnack</i> Improving Knowledge Intensive Processes through an Enterprise Knowledge Medium (1999)	371
<i>Hans-Dieter Zimmermann</i> Ein Gestaltungskonzept für elektronische Märkte (2002).....	391
<i>Salome Schmid-Isler</i> Die NetAcademy (2003)	411
<i>Rolf Grütter</i> Software-Agenten im Semantic Web (2006).....	431
<i>Beat F. Schmid</i> Inszenierung von Produkten im E-Business (2002)	451

Ausblick

<i>Miriam Meckel</i> Kommunikation im Dreiklang von Wirtschaft, Technologie und Gesellschaft (2007).....	477
--	-----

Anhang

Team <i>mcm</i> institute	491
---------------------------------	-----