

# Digitale Medien im Unternehmen: Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen Medien

Von Gerald Lembke, Nadine (Eds.) Soyez  
\*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks



Produktinformation - Verkaufsrank: #871199 in eBooks Veröffentlicht am: 2012-11-13 Erscheinungsdatum: 2012-11-13 File Name: B00DEHFN8U | File size: 76.Mb

Von Gerald Lembke, Nadine (Eds.) Soyez : **Digitale Medien im Unternehmen: Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen Medien** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Digitale Medien im Unternehmen: Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen Medien:

Kundenrezensionen Hilfreichste Kundenrezensionen 1 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Digitale Medien im Unternehmen - Neues Buch unter Beteiligung von Prof. Leisenberg Von Prof Dr Leisenberg Gerade noch rechtzeitig vor Weihnachten veröffentlichte Gabler Springer Digitale Medien im Unternehmen Perspektiven des

betrieblichen Einsatzes von neuen Medien. Da das schon editierte Buch nunmehr auch den Autoren vorliegt, steht einem Kurzreview nichts im Wege: Zunächst: Nadine Soyez und Gerald Lembke haben als Herausgeber hervorragende Arbeit geleistet. Das Buch entstand in weniger, als einem Jahr. Für mich, als Autor, lief alles reibungslos ab. Kleine Verzögerungen auf Verlagsseite stellten kein wirkliches Problem dar. Dafür vielen Dank! Inhaltlich ist das Werk klar strukturiert: Der Einstieg geschieht über vier bemerkenswerte theoretische Beiträge aus dem medientheoretischen und unternehmerischen Umfeld. Besonders interessant sind die grundlegenden Aussagen von Bernd Wirtz et al. zu digitalen Geschäftsmodellen im Social Media Umfeld. Im zweiten Teil werden verschiedene Praxisbeispiele erörtert. Besonders hervorheben kann ich den Beitrag von Martin Glaser, der sich mit Projekt Governance für Medienprojekte beschäftigt. Die verschiedenen Vorgehensmodelle im Leistungssystem wurden auf hohem wissenschaftlichen Niveau ausführlich erörtert. Der letzte Teil fokussiert auf notwendige Voraussetzungen für die Nutzung von Social Media im Enterprise 2.0. Die Beiträge von meinen Kollegen Kraus, Semler, Petry und Buhse sind allesamt hochinteressant und lesenswert. Die behandelten Themen reichen von Mitarbeitermotivation für vernetztes Arbeiten über Herausforderungen für Enterprise 2.0 bis hin zu Digital Leadership. Dank den Herausgebern, dass sie unseren bescheidenen Beitrag Social Media für mittelständische Unternehmen Thesen und Handlungsempfehlungen an so prominenter Stelle eingeordnet haben. Insgesamt ein Werk für die unternehmerische Praxis auf hohem wissenschaftlichem Niveau, welches ich ganz gewiss meinen Studenten empfehlen werde. Das Buch hat eine eigene Facebook-Seite. Digitale Medien im Unternehmen: Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen Medien 0 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Zeit für Veränderung Von Harald Sturm Zahlreiche Unternehmen stehen vor den gleichen Fragen: Ist unser Marketingmix profitabel? Wie steuere ich mein Unternehmen auf Wachstumskurs? Wie können wir digitale Medien sinnvoll und gewinnbringend für unser Unternehmen nutzen? Hier sind Antworten! Danke. Wer sein Unternehmen FIT für JETZT und die ZUKUNFT machen will, muss dieses Buch lesen. 0 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Praxis und Wissenschaft top Von khh Das Wissen von Prof. Lembke ist auf dem modernsten Stand der Wissenschaft vor allen Dingen Praxis. Der Kauf des Buches ist sehr empfehlenswert.

Kurzbeschreibung Die Nutzung von digitalen Medien ist für die verschiedenen Funktionsbereiche eines Unternehmens nicht mehr wegzudenken. Das Marketing erfolgt zunehmend crossmedial, also klassisch nicht-digital und zunehmend digital. Der Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen erfolgt immer mehr international und auf digitalem Wege. Existierende Geschäftsmodelle werden digitalisiert, neue digitale Geschäftsmodelle sind auf dem Vormarsch. Trotz oder gerade wegen dieser rasanten Entwicklung werden digitale Medien in Unternehmen wenig systematisiert und häufig aktionistisch eingeführt. Der Professionalisierungsgrad in Unternehmen kommt bei den technischen Entwicklungen nicht hinterher. Umso wichtiger ist es, von praktischen Ansätzen zu profitieren und konzeptionelle Hinweise zu bekommen, die mit weniger Aufwand den Einstieg und die Optimierung von digitalen Nutzungskonzepten und Geschäftsmodellen ermöglichen. Das Buch gibt zahlreiche Ansätze des praktischen Einsatzes und seiner Reflektion. Pressestimmen Pressestimmen: "[...] vermittelt [...] soviel Wissen, dass auch erfahrene Leser sehr viel Nutzen aus dem Buch ziehen [...]" [www.marketingfish.de](http://www.marketingfish.de), 30.04.2013 Kurzbeschreibung Die Nutzung von digitalen Medien ist für die verschiedenen Funktionsbereiche eines Unternehmens nicht mehr wegzudenken. Das Marketing erfolgt zunehmend crossmedial, also klassisch nicht-digital und zunehmend digital. Der Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen erfolgt immer mehr international und auf digitalem Wege. Existierende Geschäftsmodelle werden digitalisiert, neue digitale Geschäftsmodelle sind auf dem Vormarsch. Trotz oder gerade wegen dieser rasanten Entwicklung werden digitale Medien in Unternehmen wenig systematisiert und häufig aktionistisch eingeführt. Der Professionalisierungsgrad in Unternehmen kommt bei den technischen Entwicklungen nicht hinterher. Umso wichtiger ist es, von praktischen Ansätzen zu profitieren und konzeptionelle Hinweise zu bekommen, die mit weniger Aufwand den Einstieg und die Optimierung von digitalen Nutzungskonzepten und Geschäftsmodellen ermöglichen. Das Buch gibt zahlreiche Ansätze des praktischen Einsatzes und seiner Reflektion.