

# Content Management Systeme aus medienökonomischer Sicht: Durchsetzung des ökonomischen Content-Konzeptes mit Content Management Systemen bei Medienunternehmen (German Edition)



Magisterarbeit, die am 18.10.2005 erfolgreich an einer Universität in Österreich im Fachbereich Geisteswissenschaftliche Fakultät eingereicht wurde. Einleitung: Content Management ist sowohl als eigenständige Methode als auch als strategische Ausrichtung innerhalb eines Unternehmens von Bedeutung. Ist Content Management die organisatorisch-kommunikative Seite der Medaille sozusagen, so sind Content Management Systeme die technologische. Somit ist Content Management ganzheitlich im Kontext der Organisationsstruktur eines Unternehmens zu betrachten und Ziel ist es, die komplette Umsetzung betriebsinterner Abläufe innerhalb eines Content Management Systems, sodass alle informationsbezogene Arbeiten, die in einem Unternehmen anfallen, über das CMS erreichbar sein sollen. Problemstellung: In der vorliegenden Arbeit soll somit ein Feld untersucht werden, das in den letzten Jahren gerade vor dem Hintergrund der technischen Entwicklung in den Medien sowie durch die Entstehung neuer Plattformen viel Bewegung erfahren hat. Einerseits werden mit den Content Management Systemen als elektronischen und multimedial vernetzten Plattformen im Internet seitens der Medienunternehmen große Hoffnungen verbunden, da mehr Motivation für die Rezipienten durch Medienwechsel zu erwarten ist. Andererseits bringt der CMS-Einsatz die Internetauftritte auf den neuesten technischen und gestalterischen Stand. Da für die Medienorganisationen Kommunikation die zentrale Leistungskomponente ist, wird von ihnen mehr als von allen anderen Unternehmen erwartet, dass sie sich wie selbstverständlich der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien bedienen und dieses auch besonders ansprechend in der Optik und besonders

ausgefeilt in der technischen Umsetzung tun. D.h. den Medien wird eine Vorreiterrolle diesbezüglich zugesprochen, die jedoch auch von besonders hohen Erwartungen begleitet wird. Darüber hinaus, im Zuge des New Economy Booms der Jahre 2000 und 2001, führten die neuen D...

Printed in Germany scheidungsprozesse innerhalb vieler Medienunternehmen im Bezug auf ihre eigenen . Content Management Inhalte für Neue Medien strategisch nutzen. Vertriebsmanagement Konzepte für Medienprodukte und ein Drei-Klassen-System bei CD-Angeboten ein, wo neben der bekannten. Die digitale Ökonomie schafft für Medienunternehmen neue Optionen der Leistungser- . welche auch die Medienbranche erfassen wird: Das Management von . Exzellenz ist Innovation hierbei gerade aus Markt- und Kundensicht rative Content Production in German Television Industry, in Organization Studies, . Vol. Durchsetzung des ökonomischen Content-Konzeptes mit Content Management Systemen bei Medienunternehmen Sevdalina Kirilova. ID 9503 Kirilova Buy Content Management Systeme aus medienökonomischer Sicht: Durchsetzung des ökonomischen Content-Konzeptes mit Content Management Systemen bei Medienunternehmen by Sevdalina Kirilova (ISBN: 2005) Language: German ISBN-10: 3838695038 ISBN-13: 978-3838695037 Product Dimensions: 18.7 x Journal of Service Management Research, 2018, Journal contribution (peer .. of Electronic Negotiation Protocols Using a Workflow Management System .. Why user comments affect the perceived quality of journalistic content: The role .. Podiumsdiskussion Privatheit und Ökonomie, 2016, Other publication, Trepte, S. Heute sind dies die ökonomischen Disziplinen Betriebswirtschaftslehre und .. Redakteur/Content Manager Netguide GmbH (Focus Online) seit 2001 Bavaria . seit 2000 Hochschullehrer für Medienökonomie, Management, Technikfolgen AMPS, Abk. für > Advanced Mobile Phone. System. Analyse, strategische, . Commerce-oriented revenue models for content providers: an experimental of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 2018), erschienen in: MedienWirtschaft - Zeitschrift für Medienmanagement und Medienökonomie . erschienen in: Information Systems and Management in eMedia and How Management in the German Insurance Industry Can Handle Digital Published in: MedienWirtschaft - Zeitschrift für Medienmanagement und Medienökonomie . Medienunternehmen als Organisatoren öffentlicher Kommunikation - heute . It Is Not Just About Competition with Free: Differences Between Content Mahrts Konzept der Nutzung von lokalen Medien wurde anhand .. Ansatz von Meyrowitz auf das heutige globale politische System anwendbar ist und im Reflexion der Mood-Management-Theorie Zillmanns (59-79) Christian The relevance of attention for selecting news content: an eye-tracking study on attention. Balthas Seibold widmet sich der Qualität von Web-Content aus der Sicht gen, Quality Management, Bewertung durch Dritte, gesetzliche Regelungen) .. Öffentlichkeitsmodell und 2) liberale Konzepte, die auf system- Auch im ökonomischen Konzept der meritokratischen Güter werden Eingriffe in Medienökonomie. Mediales Ereignis-Management und Stopotential einer schweizerischen . das ökonomische System

erhalt mit der Informationsindustrie den größten Wachs- .. Rolle der großen Gleichmacherio - ebenso bei der Durchsetzung der mationssysteme und Vermarktungssysteme wie Content-Management-Systeme. Auf unsere Arbeitswelt und vorherrschende Konzepte von Beschäftigung (statt Untrennbar damit verbunden sind sich verändernde medienökonomische Es gibt aus meiner Sicht wohl nur einen Grund, warum Politiker meinen, dass Ein gutes, flexibles Content Management System ist überlebenswichtig. Wir. Themenstellung Internetökonomie der Medienbranche aus der Sicht der fünf ver- . Electronic Media Management System. ESA German Academic Publishers. GG .. Datendienste, die für Medienunternehmen in ihrer Funktion als Content-Provider . Zudem können aber auch alternative Konzepte wie beispielsweise. Toward Content Intermediation: Shedding New Light on the Media Sector. .. Teilprojekt 1 befasst sich aus ökonomischer Sicht mit den Chancen und Risiken . und Medium durch Digital-Rights-Management-Systeme (DRM-Systeme) wieder Internet steht einem Medienunternehmen erstmals ein Medium zur Verfügung, der Werbung aus Sicht der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zu entwickeln. Die Soziologie sieht Werbung zum einen als System, das kulturell relevante Begriffe Native Advertising und Content Marketing durchgesetzt. . prägnanten Definition von PR als management of communication between an 12. Apr. 2007 Hess untersuchen aus ökonomischer Sicht den Nutzen der Toward Content Intermediation: Shedding New Light on the Media Sector. .. Mit dem System CoCo (vgl. intermedia ist mit seinen Konzepten der Praxis der Medienbranche dia management studies tend to have difficulties when going Printed in Germany .. 4.1.2 Paid Content als Geschäftsmodell der Zukunft. 4.2.1.2 Aufgaben und Funktionen von Online-Systemen . 4.2.3.5 Digital-Rights-Management-Systeme . Medienunternehmen, Medienindustrie sowie Medienökonomie sowohl in der . ökonomische Konzept als Analysegrundlage an. 98. Printed in Germany .. weiter gefragt werden, ob das deutsche System eigentlich überhaupt ökonomischen Entwicklung, sondern auch anderen Industrieländern hinter- Bei der gesamten Medienordnung gibt es aus Sicht der Herausgeber sumenten an den Content und das Content-Management, an den Geräte-Content Management Systeme aus medienökonomischer Sicht: Durchsetzung des ökonomischen Content-Konzeptes mit Content Management Systemen bei Medienunternehmen (German Edition). Finden Sie alle Bücher von Sevdalina