

Daniel Michelis | Thomas Schildhauer [Hrsg.]

Social Media Handbuch

Theorien, Methoden, Modelle und Praxis

3. aktualisierte und erweiterte Auflage



Nomos

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	17
Einleitung	19
<i>von Daniel Michelis und Thomas Schildhauer</i>	
Teil 1 Grundlagen	21
Kapitel 1 Social-Media-Modell	23
<i>von Daniel Michelis</i>	
Kapitel 2 Strategischer Leitfaden	38
<i>von Daniel Michelis</i>	
Teil 2 Theorien, Methoden und Modelle	57
Kapitel 3 Die Sozialen Medien des Web 2.0	59
<i>von Stefan Münker</i>	
Kapitel 4 Die Sprache der Neuen Medien (Lev Manovich)	70
<i>von Daniel Michelis</i>	
Kapitel 5 Tipping Point (Malcolm Gladwell)	81
<i>von Fabian Greskamp und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 6 Das Cluetrain Manifest (Levine, Locke, Searls, Weinberger)	95
<i>von Markus Korbien und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 7 Naked Conversations (Robert Scoble, Shel Israel)	104
<i>von Karin Schlüter</i>	
Kapitel 8 Die Weisheit der Vielen (James Surowiecki)	118
<i>von Hendrik Send</i>	
Kapitel 9 Organisieren ohne Organisationen (Clay Shirky)	133
<i>von Daniel Michelis</i>	
Kapitel 10 Crowdsourcing (Jeff Howe)	149
<i>von Bastian Unterberg</i>	
Kapitel 11 The Future Of Ideas (Lawrence Lessig)	164
<i>von Stefanie Funke</i>	
Kapitel 12 Wikinomics (Don Tapscott, Anthony D. Williams)	177
<i>von Alexander Kain</i>	

Kapitel 13	Vernetzte Informationswirtschaft (Yochai Benkler)..... <i>von Tilo Schmidtsdorff</i>	188
Kapitel 14	Was würde Google tun? (Jeff Jarvis)..... <i>von Lutz Schirrmeister</i>	196
Kapitel 15	Open Leadership (Charlene Li)..... <i>von Tom Reichstein und Daniel Michelis</i>	207
Kapitel 16	The Long Tail (Chris Anderson)..... <i>von Daniel Michelis und Tanja Michelis</i>	217
Kapitel 17	Free (Chris Anderson)..... <i>von Anna Riedel</i>	232
Kapitel 18	POST-Methode (Charlene Li, Josh Bernoff)..... <i>von Daniel Michelis</i>	247
Kapitel 19	HERO-Konzept (Josh Bernoff, Ted Schadler)..... <i>von Stefan Stumpp und Daniel Michelis</i>	261
Teil 3	Analysen, Berichte, Handlungsempfehlungen	271
Kapitel 20	Die Sozialen Medien des Web 2.0: Strategische und operative Erfolgsfaktoren am Beispiel der Facebook-Kampagne des WWF... <i>von Sascha Gysel, Daniel Michelis, Thomas Schildhauer</i>	273
Kapitel 21	Tipping Point: Anwendungsfälle aus dem NGO-Bereich..... <i>von Michael Ackermann, Dominik Bühler, Janik Mösle, Simon Scharpf, Mirco Wellenzohn, Benedikt Wiessinger</i>	287
Kapitel 22	Das Cluetrain Manifest: Anwendungsfall Publicis Conversation Reader®..... <i>von Ralf Iöffler und Florian Maier</i>	296
Kapitel 23	Here Comes Everybody: Anwendungsfall WARSTEINER..... <i>von Ben Künkler und Thorsten Terlohr</i>	307
Kapitel 24	Crowdsourcing: Anwendungsfall jovoto..... <i>von Conradin Mach-Sonnenberg</i>	317
Kapitel 25	The Future of Ideas: Anwendungsfall CreativeCommons..... <i>von Sebastian Volkmann</i>	325
Kapitel 26	Open Leadership: Anwendungsfall Berliner Stadtreinigung..... <i>von Anna Riedel und Steffen Albrecht</i>	337
Kapitel 27	Long Tail: Anwendungsbeispiel freies Theater..... <i>von Robert Christott</i>	347

Kapitel 28 POST-Methode: Anwendungsfall IDT Biologika GmbH.....	354
<i>von Tobias Knopf und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 29 HERO-Konzept: Anwendungsfall @ZDF.....	365
<i>von Rafael Bujotzek</i>	
Stichwortverzeichnis.....	375
Kurzprofile der Autoren	383