

LIT

aktuell

Wirtschaft und Medien

Verantwortlicher Lektor:

Guido Bellmann (Münster)

+49 (0) 251/620 32 - 0, bellmann@lit-verlag.de

LIT Aktuell bietet Ihnen eine Auswahl aus unserem umfangreichen Programm. Wir dürfen Sie verweisen auf

www.lit-verlag.de

Hier finden Sie unser Verzeichnis „Wissenschaft Aktuell“ (Auflage: 35.000) und mehr als 20 Fachkataloge. Gerne senden wir Ihnen diese auch zu.

Medien: Forschung und Wissenschaft

**Claudia Mast; Helena Stehle; Florian Krüger
Kommunikationsfeld Strom, Gas und Wasser – brisante Zukunftsthemen in der öffentlichen Diskussion**

Kompliziert, komplex und kontrovers – die öffentliche Diskussion rund um Strom, Gas und Wasser ist und bleibt ein schwieriges Kommunikationsfeld für die, die mitreden wollen: Energieversorger, Parteien und Politiker, Verbraucherschützer oder Medien. Die Auseinandersetzung ist seit jeher von großen Konfliktlinien und Schlüsselereignissen (z. B. Tschernobyl, Fukushima) geprägt. Die Kommunikation über die künftige Energie- und Wasserversorgung bleibt auch nach der Energiewende für die Branche und andere Akteure aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft hoch brisant.

Die Publikation dokumentiert Ergebnisse einer umfassenden Studie zum Kommunikationsfeld und gibt Hinweise für die Praxis erfolgreichen Kommunikationsmanagements zu Energie- und Wasserthemen.

Bd. 26, 2011, 208 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-11284-2

Claudia Mast

Innovationen in der Unternehmenskommunikation

Ergebnisse von Umfragen bei DAX-Unternehmen, Analysen und Meinungen

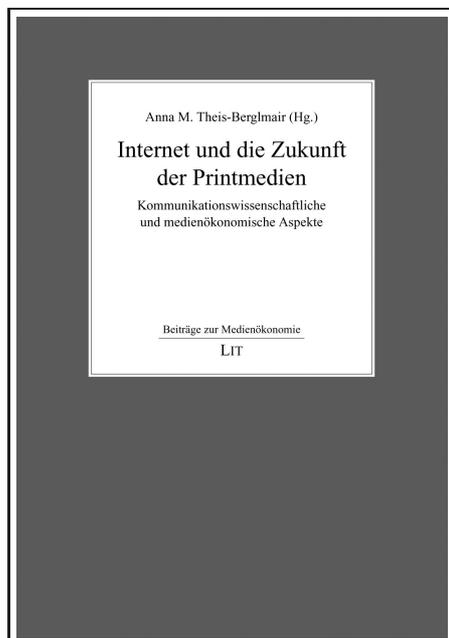
Technische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen haben neue Rahmenbedingungen für die Kommunikation in und von Unternehmen geschaffen. Kommunikationsfachleute sehen sich stetig neuen Herausforderungen und Risiken gegenüber, die es zu erkennen und zu bewältigen gilt. Dazu zählen z. B. die Optimierung des Intranet oder der Einsatz von Web 2.0-Formaten in der Kommunikation nach innen und außen. Diese Innovationen in der Unternehmenskommunikation sowie die Ursachen für die wachsende Beliebtheit beziehungsorientierter PR-Maßnahmen in der Kundenkommunikation waren unter anderen Themen der langfristig ausgelegten, regelmäßig durchgeführten Studien unter namhaften und einflussreichen Unternehmen in Deutschland. Die Publikation dokumentiert Ergebnisse dieser Umfragen, in denen die Kommunikationsverantwortlichen von DAX-Unternehmen bzw. der TOP-500-Unternehmen zu aktuellen Projekten und Planungen für die nahe Zukunft befragt wurden. Die Resultate werden mit Erkenntnissen aus der wissenschaftlichen Forschung verknüpft und bieten Handlungsempfehlungen für die Praxis.

Bd. 28, 2011, 184 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-11389-4

Claudia Mast

Zeitungsjournalismus im Internetzeitalter

Das Internet hat die Anforderungen an den Zeitungsjournalismus und das Feld seiner Wettbewerber grundlegend verändert. Online verfügbare Inhalte sind rund um die Uhr abrufbar, stets auf dem neuesten Stand, häufig multimedial aufbereitet und damit der gedruckten Zeitung in vielfacher Hinsicht überlegen. In den letzten Jahren haben die Zeitungsredaktionen mit unterschiedlichen Ansätzen versucht, dieser Entwicklung zu begegnen: vom kostenlosen redaktionellen Online-Angebot über kostenpflichtige E-Paper bis hin zu Anwendungen für Smartphones, die dem Leser neben dem Content auch einen Zusatznutzen bieten. Im Rückblick betrachtet sind die letzten Jahre durch das Prinzip „learning by doing“ geprägt. Die Publikation dokumentiert Ergebnisse von langfristig angelegten, regelmäßig durchgeführten Umfragen unter Chefredakteuren deutscher Tageszeitungen. Dabei steht unter anderen die Kernfrage im Mittelpunkt, wie sich die gedruckten Zeitungen in Zukunft entwickeln, um neben dem Internet als eigenständig wahrgenommenes Medium zu bestehen.



tionellen Online-Angebot über kostenpflichtige E-Paper bis hin zu Anwendungen für Smartphones, die dem Leser neben dem Content auch einen Zusatznutzen bieten. Im Rückblick betrachtet sind die letzten Jahre durch das Prinzip „learning by doing“ geprägt. Die Publikation dokumentiert Ergebnisse von langfristig angelegten, regelmäßig durchgeführten Umfragen unter Chefredakteuren deutscher Tageszeitungen. Dabei steht unter anderen die Kernfrage im Mittelpunkt, wie sich die gedruckten Zeitungen in Zukunft entwickeln, um neben dem Internet als eigenständig wahrgenommenes Medium zu bestehen.

Bd. 29, 2011, 112 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-11405-1

Wolfram Winter (Hrsg.)

Die Medientage München im Wandel der Zeit und ihre Zukunftsperspektiven

Mit Beiträgen von Theresa Fleischhauer, Anika Gruner, Adrian Kummer, Frederik Lüttgens, Fabian Schäfer, Sebastian Schindler, Raphael Schleuning, Christopher Schneider, Özge Sebestieri, Sarah Severin, Tobias Wichofsky und Simon Wimmer
Vor über 20 Jahren fanden die ersten Medientage München statt. Ein kleiner Kreis ausgewählter Entscheider der Medienbranche traf sich zu einem strukturierten Informationsaustausch. In den Folgejahren nahm die Bedeutung der Medienmärkte rasant zu. Und mit ihnen die der Medientage München. Heute bietet der bekannteste Branchentreff Deutschlands ein universelles Diskussionsforum. Die Themensetzung erkennt zukünftige Entwicklungen und agiert als Wegweiser dahin. Diese Publikation zeigt die Entwicklung des Branchentreffs aus historischen, wirtschaftlichen und zukunftsprognostischen Blickwinkeln.

Bd. 30, 2012, 168 S., 19,90 €, br., ISBN 978-3-643-11516-4

Austria: Forschung und Wissenschaft – Kommunikationswissenschaft

Matthias Karmasin; Franzisca Weder

Organisationskommunikation und CSR: Neue Herausforderungen an Kommunikationsmanagement und PR

Bd. 2, 2008, 328 S., 24,90 €, br., ISBN 978-3-8258-0275-2

Beiträge zur Medienökonomie

hrsg. von Univ.-Prof. Dr. Manfred Knoche (Universität Salzburg)

Matthias Karmasin; Manfred Knoche; Carsten Winter (Hrsg.)

Medienwirtschaft und Gesellschaft II

Medienkonsum und die Globalisierung von Medienprodukten

Bd. 3, 2012, 256 S., 30,90 €, br., ISBN 3-8258-5531-7

Anna M. Theis-Berglmair (Hrsg.)

Internet und die Zukunft der Printmedien
Kommunikationswissenschaftliche und medienökonomische Aspekte

Bd. 4, 3. Aufl. 2009, 264 S., 20,90 €, br., ISBN 978-3-8258-5522-2

Christian Steininger (Hrsg.)

Politische Ökonomie der Medien

Theorie und Anwendung
Bd. 7, 2007, 272 S., 24,90 €, br., ISBN 978-3-8258-0833-4

Silvia Ettl-Huber

Konzentration von Einflusspotenzialen in Mediennetzwerken

Eine netzwerkanalytische Untersuchung von Eigentumsverflechtungen in den neuen EU-Staaten Mittel- und Osteuropas

Bd. 8, 2008, 392 S., 29,90 €, br., ISBN 978-3-8258-1153-2

Schriften zum Medienmanagement der Media Design Hochschule

Staatlich anerkannte Private Fachhochschule.
University of Applied Sciences
hrsg. von Thomas Dreiskämper, Olaf Hoffjann und Christian Schicha

Thomas Dreiskämper; Olaf Hoffjann; Christian Schicha (Hrsg.)

Handbuch Medienmanagement

In dem Band werden theoretische Grundlagen und Handlungsbezüge für die berufliche Praxis im Medienbereich aufgezeigt. Dabei spiegeln die Beiträge die Vielfalt des Medienmanagements wider.

In den ökonomisch ausgerichteten Kapiteln werden zum einen Einblicke in wesentliche Bereiche der Betriebswirtschaftslehre wie z.B. dem Marketing und dem Controlling vermittelt und zum anderen vielfältige medienökonomische Besonderheiten auf dem Stand der Forschung reflektiert. Die medien- und kommunikationswissenschaftlichen Kapitel widmen sich relevanten theoretischen Grundlagendisziplinen und der Journalistik, bevor einschlägige managementorientierte Aktionsfelder wie z.B. die Werbung und die PR analysiert werden. Spezielle Einsichten in unterschiedliche konkrete Handlungsfelder des angewandten Design- und Produktionsmanagements bieten die anschließenden Aufsätze. Auch die medienethischen und rechtlichen Rahmenbedingungen, die im Umgang mit der Medienproduktion, Mediendistribution und Mediennutzung zu berücksichtigen sind, werden ausführlich dargestellt. Abschließend werden zentrale Aspekte zum Projektmanagement, zum wissenschaftlichen Arbeiten sowie zu erfolgreichen Lern- und Präsentationstechniken skizziert.

Bd. 1, 2009, 480 S., 34,90 €, br., ISBN 978-3-8258-1301-7

LIT Verlag Berlin – Münster – Wien – Zürich – London

Fresnostr. 2 D-48159 Münster Tel. +49 (0) 251 / 620 32 - 0 Fax +49 (0) 251 / 922 60 99 E-Mail: lit@lit-verlag.de
Schumannstr. 18 D-10117 Berlin Tel. +49 (0) 30 / 280 408 80 Fax +49 (0) 30 / 280 408 82 E-Mail: berlin@lit-verlag.de
Krottenhallergasse. 10 A-1080 Wien Tel. +43 (0) 1 / 409 5661 Fax +43 (0) 1 / 409 56 97 E-Mail: wien@lit-verlag.at
Klosbachstr. 107 CH-8032 Zürich Tel. +41 (0) 44-251 75 05 Fax +41 (0) 44-251 75 06 E-Mail: zuerich@lit-verlag.ch

