

Stefan Stumpp | Daniel Michelis
Thomas Schildhauer [Hrsg.]

Social Media Handbuch

Theorien, Methoden, Modelle und Praxis

Unter Mitarbeit von Thanh H. Pham

4., aktualisierte und erweiterte Auflage



Nomos

Edition Reinhard Fischer

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	17
Einleitung	19
<i>von Stefan Stumpp, Daniel Michelis und Thomas Schildhauer</i>	
Teil 1 Grundlagen	21
Kapitel 1 Einführung in die Sozialen Medien	23
<i>von Stefan Stumpp und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 2 Strategischer Leitfaden	39
<i>von Daniel Michelis und Stefan Stumpp</i>	
Kapitel 3 Social Media Canvas	59
<i>von Thanh H. Pham</i>	
Kapitel 4 Das Geschäftsmodell hinter den Sozialen Medien. Die Plattformökonomie als normativer Rahmen	77
<i>von Christian Wissing</i>	
Kapitel 5 Datenschutz in Sozialen Medien durch gemeinsame Verantwortlichkeit	95
<i>von Tobias Knopf und Sebastian Volkmann</i>	
Teil 2 Theorien, Methoden und Modelle	107
Kapitel 6 Die Sprache der Neuen Medien (Lev Manovich)	109
<i>von Daniel Michelis und Stefan Stumpp</i>	
Kapitel 7 Tipping Point (Malcolm Gladwell)	121
<i>von Daniel Michelis und Stefan Stumpp</i>	
Kapitel 8 Cluetrain Manifest (Levine, Locke, Searls, Weinberger)	135
<i>von Markus Korbien und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 9 Naked Conversations (Robert Scoble, Shel Israel)	145
<i>von Karin Bjerregaard Schlüter</i>	

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 10 Die Weisheit der Vielen (James Surowiecki)	159
<i>von Hendrik Send</i>	
Kapitel 11 Organisieren ohne Organisationen (Clay Shirky)	175
<i>von Daniel Michelis und Stefan Stumpp</i>	
Kapitel 12 The Long Tail (Chris Anderson)	191
<i>von Daniel Michelis und Stefan Stumpp</i>	
Kapitel 13 Free (Chris Anderson)	207
<i>von Anna Riedel</i>	
Kapitel 14 POST-Methode (Charlene Li, Josh Bernoff)	223
<i>von Daniel Michelis und Stefan Stumpp</i>	
Kapitel 15 Mit dem HERO-Konzept Angestellte für den digitalen Wandel identifizieren (Josh Bernoff, Ted Schadler)	237
<i>von Stefan Stumpp und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 16 Open Leadership (Charlene Li)	247
<i>von Tom Reichstein und Daniel Michelis</i>	
Kapitel 17 Crowdsourcing (Jeff Howe)	257
<i>von Stefan Stumpp</i>	
Kapitel 18 Dark Social – Entwicklung, Einordnung und Herausforderungen	269
<i>von Norman Wiebach</i>	
Kapitel 19 Social Bots – wie Algorithmen Meinungen beeinflussen	289
<i>von Norman Wiebach</i>	
Kapitel 20 Kultur der Digitalität (Felix Stalder)	309
<i>von Andrea Braun</i>	
Kapitel 21 Algorithmen als Entscheidungsinstanz in Sozialen Medien (Christoph Drösser)	317
<i>von Julia Weißhaupt</i>	
Kapitel 22 Dystopie, Retropie und Utopie: Zukunftsvisionen für Soziale Medien (Richard David Precht)	337
<i>von Stefan Pfaff</i>	

Teil 3	Anwendung	347
Kapitel 23	Online-Kommunikation in Projekten lernen und vermitteln – Neue Arbeitsmodelle und soziale Kollaboration	349
	<i>von Michael Sarbacher</i>	
Kapitel 24	POST-Methode: Anwendungsfall Hochschule Anhalt	365
	<i>von Franziska Geue</i>	
Kapitel 25	Social Media Canvas: Anwendungsfall Lidl	385
	<i>von Jan-Benedikt Weber und Thanh H. Pham</i>	
	Stichwortverzeichnis	395
	Die Autorinnen und Autoren	401