

Bernd W.Wirtz

Übungsbuch Medien- und Internetmanagement

Fallstudien – Aufgaben – Lösungen

 **Springer Gabler**

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Einführung	1
Teil A: Aufgaben	5
1 Grundlagen des Medienmanagements	7
2 Zeitungs- und Zeitschriftenmanagement	29
3 Buchmanagement	47
4 Filmmanagement	71
5 TV-Management	95
6 Radiomanagement	115
7 Musikmanagement	129
8 Video- und Computerspielemanagement	147
9 Internetmanagement	169
10 Internationales Medienmanagement	189
11 Integrierte Medienverbundunternehmen und Crossmedia	211
Teil B: Fallstudien	235
1 Grundlagen der Fallstudienanalyse	237
2 Fallstudie Google	273
3 Fallstudie AxelSpringer AG	299
4 Fallstudie RTL Group	325
Literaturverzeichnis	343
Stichwortverzeichnis	361

r Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Einführung	1
Teil A: Aufgaben	5
1 Grundlagen des Medienmanagements	7
1.1 Lernziele	7
1.2 Aufgaben	8
1.3 Lösungshinweise	11
2 Zeitungs- und Zeitschriftenmanagement	29
2.1 Lernziele	29
2.2 Aufgaben	30
2.3 Lösungshinweise	31
3 Buchmanagement	47
3.1 Lernziele	47
3.2 Aufgaben	48
3.3 Lösungshinweise	49
4 Filmmanagement	71
4.1 Lernziele	71
4.2 Aufgaben	72
4.3 Lösungshinweise	74
5 TV-Management	95
5.1 Lernziele	95
5.2 Aufgabenn	96
5.3 Lösungshinweise	97
6 Radiomanagement	115
6.1 Lernziele	115
6.2 Aufgaben	116
6.3 Lösungshinweise	117
7 Musikmanagement	129
7.1 Lernziele	129

Inhaltsverzeichnis

7.2 Aufgaben	130
7.3 Lösungshinweise	131
8 Video- und Computerspielemanagement	147
8.1 Lernziele	147
8.2 Aufgaben	148
8.3 Lösungshinweise	149
9 Internetmanagement	169
9.1 Lernziele	169
9.2 Aufgaben	170
9.3 Lösungshinweise	171
10 Internationales Medienmanagement	189
10.1 Lernziele	189
10.2 Aufgaben	190
10.3 Lösungshinweise	191
11 Integrierte Medienverbundunternehmen und Crossmedia	211
11.1 Lernziele	211
11.2 Aufgaben	212
11.3 Lösungshinweise	213
Teil B: Fallstudien	235
1 Grundlagen der Fallstudienanalyse	237
1.1 Einführung	237
1.2 Arten und Struktur von Fallstudien	239
1.3 Analyse- und Lösungsansätze	241
1.3.1 Grundlagen der Analyse- und Lösungsansätze	241
1.3.2 Untersuchung der Ist-Situation	244
1.3.2.1 Branchenstrukturanalyse	246
1.3.2.2 Generische Wettbewerbsstrategien	247
1.3.2.3 Wertschöpfungsorientierte Strategien	249
1.3.2.4 Core Assets und Kernkompetenzen	251
1.3.2.5 Produktlebenszyklus	254
1.3.2.6 Produkt-Markt-Matrix	256
1.3.2.7 Marketingstrategien	257
1.3.2.8 Marktwachstum-Marktanteil-Portfolio	259
1.3.2.9 Erlösformen Erlösformen	261
1.3.2.10 Customer Lock In	263
1.3.2.11 Chancen-/Risiken-Analyse Chancen-/Risiken-Analyse...	264
1.3.2.12 Stärken-/Schwächen-Analyse	265
1.3.2.13 Strategie Fit-Analyse	266
1.3.3 Spezifikation der Problemstellung	267
1.3.4 Ableitung strategischer Handlungsoptionen	268

1.3.5	Ermittlung kritischer Erfolgsfaktoren	270
1.3.6	Entscheidung über Strategieoptionen	271
1.3.7	Ableitung von Empfehlungen	272
2	Fallstudie Google	273
2.1	Entwicklung	273
2.2	Geschäftsmodell	277
2.3	Marktstruktur & Wettbewerb	287
2.4	Aufgaben zur Fallstudie	291
2.5	Lösungshinweise	291
3	Fallstudie Axel Springer AG	299
3.1	Entwicklung	299
3.2	Geschäftsmodell	306
3.3	Marktstruktur & Wettbewerb	317
3.4	Aufgaben zur Fallstudie	319
3.5	Lösungshinweise	319
4	Fallstudie RTL Group	325
4.1	Entwicklung	325
4.2	Geschäftsmodell	329
4.3	Marktstruktur & Wettbewerb	335
4.4	Aufgaben zur Fallstudie	338
4.5	Lösungshinweise	338
	Literaturverzeichnis	343
	Stichwortverzeichnis	361