

Inhaltsverzeichnis

Teil 1 ■ Einführung

- 1 ■ 01 Vorwort
- 1 ■ 02 Benutzerhinweise
- 1 ■ 03 Glossar
- 1 ■ 04 Sachverzeichnis
- 1 ■ 05 Autorenverzeichnis

Teil 2 ■ Marketing mit neuen Medien

- 2 ■ 01 Online-Marketing
- 2 ■ 02 Integration in den Marketing-Mix
- 2 ■ 03 Werbung im Internet
- 2 ■ 04 Nutzerstrukturen im Internet
- 2 ■ 05 Erfolgsmessung
- 2 ■ 06 Netiquette und Internet-Sprache
- 2 ■ 07 Marktforschung im Internet
- P** 2 ■ 08 Point-of-Interest (POI)
- 2 ■ 09 CD-ROM als multimediales Marketinginstrument
- 2 ■ 10 Software-Agenten

Teil 3 ■ Elektronischer Handel (Electronic Commerce)

- P** 3 ■ 01 Virtueller Vertrieb
- 3 ■ 02 Integration in Service und Support
- P** 3 ■ 03 Online-Distribution
- P** 3 ■ 04 Neuer Zahlungsverkehr: Digitales Geld
- 3 ■ 05 Elektronische Marktplätze
- 3 ■ 06 Point-of-Sales (POS)
- 3 ■ 07 Direct-Response-TV
- 3 ■ 08 Computer Aided Sales (CAS)

Teil 4 ■ Produktinnovationen

4 ■ 01 Intelligente Produkte – Individualkonfektion

P **4 ■ 02** Kombination von Produkt
und Dienstleistung – TELECONSULT

P **4 ■ 03** Kombination von Dienstleistungen:
Integration via Internet

Teil 5 ■ Optimierte Geschäftsprozesse

5 ■ 01 Workflow-Management und Groupware

5 ■ 03 On-demand-Produktion

5 ■ 07 Kundenintegration:
Einbindung in die Unternehmensprozesse

5 ■ 09 Optimierte Geschäftsprozesse
durch Intranet-/Extranet-Technologie

Teil 6 ■ Betriebliche Integration

6 ■ 01 Projektmanagement

6 ■ 02 Kosten- und Nutzenaspekte

6 ■ 03 Provider- und Technik-Auswahl

Teil 7 ■ Neue Formen des Arbeitens und der Weiterbildung

P **7 ■ 01** Telearbeit:
Orientierungshilfen zur effizienten Gestaltung

7 ■ 02 Telelearning

Teil 8 ■ Rahmenbedingungen

8 ■ 01 Neue Berufe und Qualifikationsprofile

8 ■ 02 Kompetenzen von Mitarbeitern
und Management

8 ■ 03 Gesetze und Regelungen

P Mit Praxisbeispiel

Teil 9 ■ Praxisberichte

- P** 9 ■ 01 Produktion
- P** 9 ■ 02 Handel
- P** 9 ■ 03 Dienstleister

Teil 10 ■ Trends und Visionen

- 10 ■ 01 Märkte und Wettbewerb
- P** 10 ■ 02 Informationsgesellschaft: Die Bedeutung von Informationen für Unternehmen
- 10 ■ 03 Global Networking – Kommunikationsstrategien für kleine und mittlere Unternehmen im globalen Wettbewerb
- 10 ■ 05 Virtuelle Unternehmen – ein neues Konzept?
- 10 ■ 06 Lernendes Unternehmen
- 10 ■ 07 Visionäre Aspekte: Internet-Communities als Geschäftsmodell

Teil 11 ■ Neue Technologien

- 11 ■ 01 ISDN
- 11 ■ 02 Sprach-/Datenkommunikation
- 11 ■ 03 Multimedia
- 11 ■ 04 Hardwaregrundlagen und Entwicklungstrends
- 11 ■ 05 Software-Grundlagen und Entwicklungstrends
- 11 ■ 06 Mobile Kommunikation
- 11 ■ 07 Mobile Computing: Grundlagen
- 11 ■ 09 Digitales und interaktives Fernsehen
- 11 ■ 10 Electronic Data Interchange (EDI)
- 11 ■ 11 Videoconferencing
- 11 ■ 12 Sicherheitskonzepte

P Mit Praxisbeispiel

- 11 ■ 30 Internetdienste
- 11 ■ 31 Suchmaschinen und Agenten
- 11 ■ 32 Grundlagen zu Intranet und Extranet
- P** 11 ■ 33 Zahlungssysteme und -standards

P Teil 5 ■ Service

IUK-Online

Innovative Unternehmenskommunikation – wir schreiben nicht nur darüber, wir praktizieren sie auch! Zusätzlich zu Ihrem IUK-Printwerk finden Sie deshalb zahlreiche Informationen auf der IUK-Web-Site. Unter www.springer.de/iuk erhalten Sie aktuelle Informationen und können zahlreiche praxisrelevante Checklisten per Download abrufen.

- S 01** Internet-Zugang
- S 02** Suchmaschinen
- S 03** Organisationen und Verbände
- S 04** Internet-Adressen zu ausgewählten Themenbereichen
- S 05** Nützliche Tools
- S 06** Multimedia-Akademien
- S 07** Gesetze
- S 08** E-Shop-Systeme
- S 09** Digitale Zahlungssysteme
(erscheint nicht im Print,
sondern nur noch in der Web-Site)

P Mit Praxisbeispiel