

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

Right here, we have countless book **bedeutung und entwicklung der printmedien im zeitalter von onlinemedien** and collections to check out. We additionally allow variant types and with type of the books to browse. The up to standard book, fiction, history, novel, scientific research, as skillfully as various supplementary sorts of books are readily user-friendly here.

As this bedeutung und entwicklung der printmedien im zeitalter von onlinemedien, it ends in the works bodily one of the favored book bedeutung und entwicklung der printmedien im zeitalter von onlinemedien collections that we have. This is why you remain in the best website to look the incredible book to have.

Printmedien

Geschichte der Zeitung Generation Online: Geht der Kampf der Print-Tageszeitung in die letzte Runde? 2 Deutsch Printmedien Nutzung und Informationsgewinn Vorteile von Print- und Online-Zeitung ~~Wildcat Printmedien Die Zukunft der Printmedien #2 Was sind eigentlich Medien? Medien – Geschichte \u0026 Kritik – Zusammenfassung für das Abitur Themenfeld "Sprache – Medien – Lesen"~~ ~~Medienland Deutschland McLuhan Theory und Anmerkungen – Seminar von Dr. Klaus Sachs Günther Bähr: Umbrüche im Blätterwald~~

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

Wie entsteht eine Zeitung?

GIDA - Marketing I - Analyse \u0026amp; Strategie - Wirtschaft - Schulfilm - DVD (Trailer) Marshall McLuhan 1968 - The End of Polite Society **Marshall McLuhan 1966 Full lecture at Museum of Modern Art**

Content Marketing: So macht man heute Werbung

The Medium is the Message by Marshall McLuhan | Animated Book Review *Der Phönix - ein Dokumentationsfilm von Claudia Edermayer* Printmedien Bayern Zur Zukunft der Zeitung Die Zukunft liest Zeitung! - YOU FM Commercial mit Goldmirror WEITBLICK - Zukunft der Printmedien im Wandel der Digitalisierung Hans-Jürgen Bucher: \"Multimodalität in der Wissenschaftskommunikation. Theorien, Methoden, Befunde\" Zeitschriftenboom in Deutschland | Euromaxx **Optimierung der Rechercheangebote - Optimisation des offres de recherche Dr. Silke Glitsch** HLW TV-Comenius-Projekt Printmedien Zusatzinformationen Prof. Dr. Bernd Dolle-Weinkauf -- Sind die Comics erwachsen geworden Gespräch Alter Falter! Was Flugzeuge und Regalbretter gemeinsam haben | Yves Klett | TEDxStuttgart

Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien

Der naturräumliche Kontext und die landwirtschaftliche Produktion spielen als natürliche Grundlage dabei eine erhebliche Rolle. Im Rahmen des 17. Internationalen Symposiums Grundprobleme der ...

Mensch und Umwelt - Ökoarchäologische Probleme in der Frühgeschichte

Allerdings ist der Begriff im Englischen und den romanischen Sprachen homonym mit der

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

ursprünglichen Bedeutung ,Stand ... Seine unterschiedliche Entwicklung im Vergleich zum restlichen Reich war ...

Der frühmittelalterliche Staat - Europäische Perspektiven

Das Thema Robotik ist längst in der deutschen Schullandschaft angekommen und ist auch für den DaF-Unterricht interessant. Erfahrungen der Goethe-Institute mit dem Mikrocontroller Calliope mini. Das ...

STEM – Content learning in German – with CLIL

das Stellenangebot sowie für das angezeigte Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber (siehe Firmeninfo bei Klick auf Bild/Meldungstitel oder Firmeninfo rechte Spalte ...

Projektarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,0, VWA-Studienakademie, Sprache: Deutsch, Abstract: 1. Problemstellung „Die Medienbranche diskutiert, streitet und entwirft Zukunftsszenarien – und ist sich aber vor allem uneins, wohin genau der multimediale Weg der Zukunft uns führen wird“. Immer öfter bekommen wir Titel,

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

wie „die Printmedien sind schon tot“, „sie werden aussterben“, „ihre Tage sind gezählt, nicht mehr lange, dann ist es soweit und das Internet hat ihren Platz eingenommen“, etc. zu lesen. Experten aus aller Welt und aus allen Bereichen haben zu diesem Thema eine Meinung und verkünden diese fleißig. Die Printmedien hat es in den letzten Jahren hart getroffen, das ist unbestreitbar. Immer mehr potenzielle Leser, vor allem junge Leser, greifen nicht mehr auf die gedruckten Medien zurück, sondern bedienen sich zur Informationsbeschaffung den digitalen Medien – dem Internet. Zusätzlich zu diesen oben genannten Gründen für die Auflagenrückgänge führte auch die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise zu weiteren Einbußen im Printmedienbereich. In Zeiten des starken Wirtschaftsrückgangs wird bei den Unternehmen an allen Ecken und Kanten gespart. Und was lässt sich natürlich am leichtesten vor allen anderen Maßnahmen einsparen? Die Marketing- und Werbeausgaben. Die Folgen für die Printmedienbranche sind massive Umsatzrückgänge, bedingt durch die strukturelle Änderung der Branche sowie verringerte Werbeeinnahmen durch die Sparmaßnahmen der Unternehmen. Außer durch den konjunkturellen Abschwung und die schwindenden Leserschaften bedingt, werden die Gründe für den Rückgang aber vor allem im vermehrten Auftreten der Online-Medien, dem wohl größten Konkurrenten der Printmedien, gesucht. In dieser Projektarbeit wird auf den folgenden Seiten - basierend auf der Annahme, dass mit dem Internet der wohl größte Konkurrent geboren wurde und der Tod der Printmedien eventuell kurz bevor steht – darauf vertiefend eingegangen. Außerdem soll ein Einblick in die Möglichkeit eines Onlineablegers der Verlagshäuser geboten werden und die vorhandenen Stärken der Printmedien herausgestellt werden. www.ftd.de – Financial Times Deutschland Online Vgl. Andresen, C. M. (2007), S. 1

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

Projektarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich **BWL - Marketing**, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,0, VWA-Studienakademie, Sprache: Deutsch, Abstract: 1. Problemstellung Die Medienbranche diskutiert, streitet und entwirft Zukunftsszenarien - und ist sich aber vor allem uneins, wohin genau der multimediale Weg der Zukunft uns fuhren wird." Immer ofter bekommen wir Titel, wie die Printmedien sind schon tot," sie werden aussterben," ihre Tage sind gezahlt, nicht mehr lange, dann ist es soweit und das Internet hat ihren Platz eingenommen," etc. zu lesen. Experten aus aller Welt und aus allen Bereichen haben zu diesem Thema eine Meinung und verkunden diese fleissig. Die Printmedien hat es in den letzten Jahren hart getroffen, das ist unbestreitbar. Immer mehr potenzielle Leser, vor allem junge Leser, greifen nicht mehr auf die gedruckten Medien zuruck, sondern bedienen sich zur Informationsbeschaffung den digitalen Medien - dem Internet. Zusätzlich zu diesen oben genannten Grunden fur die Auflagenruckgange fuhrte auch die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise zu weiteren Einbussen im Printmedienbereich. In Zeiten des starken Wirtschaftsruckgangs wird bei den Unternehmen an allen Ecken und Kanten gespart. Und was lasst sich natuerlich am leichtesten vor allen anderen Massnahmen einsparen? Die Marketing- und Werbeausgaben. Die Folgen fur die Printmedienbranche sind massive Umsatzruckgange, bedingt durch die strukturelle Anderung der Branche sowie verringerte Werbeeinnahmen durch die Sparmassnahmen der Unternehmen. Ausser durch den konjunkturellen Abschwung und die schwindenden Leserschaften bedingt, werden die Grunde fur den Ruckgang aber vor allem im vermehrten Auftreten der Online-Medien, dem wohl grossten Konkurrenten der Printmedien, gesucht. In

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

dieser Projektarbeit wird auf den folgenden Seiten - basierend auf der Annahme, dass mit dem Internet der wohl grosste Konkurrent geboren wurde und der Tod der Printmedien eventuell ku

Studienarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich BWL - Sonstiges, Note: 1,7, Universitat Hamburg, Veranstaltung: Sozialstrukturanalyse, 17 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage in Deutschland beklagen massive Umsatzeinbussen durch eine schwindende junge Leserschaft. Die Folge sind Auflagenruckgange und damit einhergehend auch eine grosse Anzahl an betriebsbedingten Kuidigungen der Medienschaffenden der einzelnen Printmedien. Weiterhin verringern sich, durch den Auflagenruckgang (also die reduzierte Reichweite) und das Ausbleiben der jungen Leserschaft (also den Verlust einer Interessanten Zielgruppe), die Werbeeinnahmen dramatisch. Neben dem konjunkturellen Abschwung, der bis vor kurzem andauerte, werden die Grunde fur diesen Negativtrend vor allem in der grossen Konkurrenz der Online-Angebote gesucht. Die Printmedien reagieren mit Online-Ablegern, deren weiterführende Informationen teilweise kostenpflichtig angeboten werden. Das Internet hat jedoch als Informationsquelle durch seine Bandbreite von uberwiegend kostenfreien Informationen in der Gesellschaft zunehmend an Bedeutung gewonnen. Da das Internet jedoch ein noch sehr junges Massenmedium ist, befindet es sich noch stark in der Entwicklungs- und Wachstumsphase. In der Geschäftswelt, in der es nur noch schwierig wegzudenken ware, wie auch im privaten Bereich ist das Internet zu einem Instrument des taglichen Lebens geworden. Neben dem kostenlosen Angebot der Informationen ist sicherlich auch die Einfachheit der Verflugbarkeit dieser Informationen und die Aktualitat ein Grund fur die breite Akzeptanz dieses Mediums in

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

der Gesellschaft. Intuitiv liesse sich nun herleiten, dass in unserem Internetzeitalter die klassischen Printmedien in der Gesellschaft vielleicht überflüssig geworden sein konnten. Doch wenn man vorerst einen Blick in die Vergangenheit wirft, lässt sich schnell feststellen, dass ein neueres Medium niemals ein älteres ganz abgelöst oder gar eli"

Einleitung: 1.1, Problemstellung der Arbeit: Events gehören seit Jahrzehnten zu den Klassikern der PR – und auch im Marketing haben sie in den letzten 20 Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Zunehmend gesättigte Märkte, die zunehmende Homogenität und damit die Austauschbarkeit von Produkten und Dienstleistungen, aber auch die zunehmende Freizeitorientierung in der Gesellschaft führen zur Notwendigkeit, mehr Events zu veranstalten (Hosang 2002b: 12). Sie ermöglichen es wie keine andere Kommunikationsmaßnahme, mit geringen Streuverlusten (Kindler 2002: 49) die Einstellungen der Zielgruppen zu Marken und Unternehmen emotional aufzuladen und sie damit unterscheidbar zu machen (Müller/Burgartz 2007: 214). Auch die Bedeutung der Evaluation und des Controllings im Kommunikationsmanagement nimmt zu. Aufgrund der Wirtschaftskrise der vergangenen Jahre sind die finanziellen Ressourcen für Kommunikation knapper und die Forderungen nach einer monetären Bewertung des Kommunikationserfolgs folglich lauter geworden. Die Evaluation ermöglicht es den Kommunikationsverantwortlichen nicht nur, die Wirksamkeit und Effizienz einer Kommunikationsmaßnahme offenzulegen und somit ihre Ausgaben zu legitimieren, sondern sie hilft auch, die Qualität der Kommunikation zu steigern, indem sie Schwachstellen aufdeckt (Burmans 2002: 93ff.; Piwinger/Porák 2005b: 19). Die Bedeutung von Evaluation und Controlling in der Unternehmenskommunikation wird in den nächsten Jahren weiter

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

zunehmen. Nach einer aktuellen Umfrage von Zerfaß, Sandhu und Young (2007: 30) wird Kommunikationscontrolling von 22 Prozent der knapp 400 befragten europäischen PR-Berater als die wichtigste Herausforderung der Kommunikationsbranche in den nächsten drei Jahren angesehen und ist damit nach den Neuen Technologien (28 Prozent) die zweitwichtigste Herausforderung der nächsten Jahre überhaupt.

Studienarbeit aus dem Jahr 2016 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Printmedien, Presse, Note: 1,3, FOM Hochschule für Oekonomie & Management gemeinnützige GmbH, Berlin früher Fachhochschule, Sprache: Deutsch, Abstract: Die vorliegende Arbeit soll von der Frage geleitet werden, ob ein einmal etabliertes Medium durch ein neues Medium verdrängt wird. Um die Leitfrage zu bearbeiten, werden zwei theoretische Säulen gebildet. Die erste Säule befasst sich im zweiten Kapitel mit den klassischen Medienformaten, Print- und Onlinemedien. Zunächst werden grundlegende Begrifflichkeiten definiert und voneinander abgegrenzt. Ferner werden die Veränderungen in der Printbranche durch die Digitalisierung herausgearbeitet. Denn der Fokus in dieser Arbeit liegt ausschließlich auf den Printobjekten. Im Abschnitt E-Paper wird ebenfalls eine theoretische Grundlage zum Thema digitaler Distribution aufgezeigt. Im vierten Kapitel soll, anhand des Playboy Magazins, exemplarisch untersucht werden, ob die Theorie Anwendung findet.

Die europäische Staatsschuldenkrise prägt wie kein anderes Thema die Berichterstattung über Europa. Der Staatsbesuch von Angela Merkel am 9. Oktober 2012 in Griechenland erhält in der aktuellen Krise eine besondere politische und öffentliche Brisanz. Eine allgemeingültige

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

Definition für Europäisierung gibt es dabei bisher nicht. Wissenschaftlicher Konsens besteht aber darüber, dass Europäisierungsprozesse über Massenmedien, als Akteure der Öffentlichkeit kommuniziert und vorangebracht werden. Im Zentrum dieser Studie steht die Frage, wie sich Europäisierung in der europäischen Staatsschuldenkrise charakterisiert. Am Beispiel der Berichterstattung deutscher Qualitätszeitungen über den Staatsbesuch der Bundeskanzlerin in Athen wurde die Forschungsfrage mit einer qualitativen Inhaltsanalyse analysiert.

Werbung setzt Themen, prägt Moden und Stile, sie macht Produkte und Botschaften zum ›Talk of the town‹. Zugleich synchronisiert sich die Werbung mit dem Zeitgeist, dem Geschmack und den Vorlieben ihrer Zielgruppen. Um anzukommen kopiert, montiert, recyclet sie alles, was bereits gefällt. Werbung ist daher zugleich Motor und Seismograph des gesellschaftlichen Wandels. Dieser äußert sich im demographischen Wandel, im Wandel des Geschlechterarrangements, im kulturellen und im technologischen Wandel. Dabei sind historische Veränderungen zu betrachten und die veränderte Rolle der emotionalen Ansprache. Die Praxis der Werbung wie deren theoretische Betrachtung muss mit den Änderungen Schritt halten. Das ist das Ziel der Beiträge in diesem Band.

Inhaltsangabe: Einleitung: Trotz der zahlreichen Möglichkeiten, die das Internet bietet, haben viele Unternehmen Schwierigkeiten bei der Neukundengewinnung und Kundenbindung. Firmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen über das Internet anbieten, gibt es mittlerweile „in rauen Mengen“. Sich von der Konkurrenz abzuheben und erfolgreich mit einem Online-

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

Konzept zu sein, gilt als die größte Herausforderung für alle Internet-Unternehmen. Die Geschäftsleitung des im Mai 1999 gegründeten Internet-Buchhändlers Booxtra stellte sich die Frage, wie ein Online-Shop speziell für den Bereich Wirtschaftsliteratur aufgebaut werden kann und welche Instrumente zur Kundengewinnung und Kundenbindung allgemein genutzt werden können, um erfolgreicher im Internet zu sein. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich primär mit dem Internet als Vertriebskanal für Printmedien und anderen literarischen Werken sowie dem Aufbau einer virtuellen Gemeinschaft zur Kundenbindung im Online-Buchhandel. Mit Printmedien sind dabei jedoch nicht Werbeträger gemeint, sondern Publikationen in gedruckter Form. Im Vordergrund steht das Printmedium Buch.

Inhaltsverzeichnis: Inhaltsverzeichnis: 1 Einleitung 1 1.1 Problemstellung der Arbeit 1
1.2 Abgrenzung und Vorgehensweise der Arbeit 1 1.3 Zielsetzung der Arbeit 3
2 Begriffsdefinitionen 4 2.1 Virtuelle Communities 4 2.2 Electronic Commerce 6 2.3 Multimedia und Interaktivität 7 3 Vorstellung der Booxtra GmbH & Co. KG 8 3.1 Gründung des Unternehmens 8
3.2 Kooperationspartner 8 3.2.1 Weltbild Verlag 8 3.2.2 Axel Springer Verlag 8 3.2.3 T-Online 9
3.2.4 Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck 9 3.3 Internet-Auftritt von Booxtra 10 4 Das Internet als elektronischer Markt 13 4.1 Geschichte des Internet 13 4.2 Statistik der Nutzer 14
4.2.1 Überblick 14 4.2.2 Zukünftige Entwicklung 15 4.3 Online Marketing 16 4.3.1 Abgrenzung zum klassischen Marketing 16 4.3.2 Kundenbindung 18 4.3.3 Kundenorientierung 20 4.3.4 One-to-One-Marketing 21 4.3.5 Vor- und Nachteile des Online Marketing 22 4.4 Online Shopping 24
4.4.1 Abgrenzung zu Electronic Commerce 24 4.4.2 Effektive Gestaltung von Internet-Shops 24
4.4.3 Vor- und Nachteile des Online Shopping 27 4.4.4 Zukünftige Entwicklung 30 5 Der Buchhandel im Zeitalter des Internet 31 5.1 Das Printmedium Buch 31 5.1.1 Klassische Form 31

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

5.1.2Print-on-Demand32 5.2Bücher in elektronischer Form33 5.2.1E-Book33 5.2.2SoftBook34
5.2.3EveryBook34 5.2.4MilleniumReader35 5.3Vor- und Nachteile elektronischer Bücher35
5.4Welttag des Buches [...]

Inhaltsangabe:Gang der Untersuchung: Im Rahmen der Diplomarbeit soll der Auf- und Ausbau des Wissenschaftsnetzes und seine Anwendungsmöglichkeiten in den neuen Bundesländern von 1990 bis 1995 untersucht werden. Ausgehend von den strukturellen Rahmenbedingungen der WIN-Vernetzung, wird die zeitliche Anschlußentwicklung der ostdeutschen Hochschulen ab 1990 analysiert. Die besondere Betrachtung der Hochschulen erfolgt vor dem Hintergrund, daß gerade die Hochschulen im Anschluß an eine moderne Datenkommunikationsinfrastruktur gegenüber außeruniversitären Forschungseinrichtungen in der ehemaligen DDR stark benachteiligt waren (vgl. Kap. 2.1). Folgende Forschungsfragen sollen in der Arbeit beantwortet werden: Nach welchem räumlich-organisatorischen Prinzip wurden die Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen der neuen Länder in das WIN eingebunden? Mit welchen Fördermaßnahmen haben sich der Bund und die Länder am Aufbau der Netzinfrastruktur beteiligt? Gelang der Aufbau frühzeitig und bedarfsgerecht auch für breite Anwendergruppen? Welche Diffusionsprobleme traten bei den Nutzergruppen auf? Wie gelang es die Informationsversorgung mit Fachinformationen zu verbessern? Konnten räumliche Unterschiede im Zugang zu elektronischer Datenbanken aufgehoben werden? Welche Beschäftigungswirkungen ergaben sich aus der Nutzung der neuen Technologien? Wie haben die neuen Kommunikationsmöglichkeiten im WIN zur Unterstützung von Hochschulkooperationen - national und international - beigetragen? Wie wurde das

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

vorhandene Mitarbeiterpotential und dessen Know-how zur Unterstützung von neuen Anwendern des WIN sowohl lokal als auch überregional seit 1990 genutzt? Inwieweit gelang es den Forschungseinrichtungen der neuen Länder, frühzeitig Anschluß an die 1993 geplanten Hochgeschwindigkeitsdatennetze (HDN) in Deutschland zu finden? Welche Vorteile ergeben sich heute aus dem Einsatz des WIN für die Wissenschaftler und Studenten? Welche räumlich-organisatorischen Veränderungen sind in der Forschung und Lehre an den Hochschulen der neuen Länder durch ihre Vernetzung zu erwarten? Zur Beantwortung der verschiedenen Fragestellungen wurde folgende Gliederung gewählt: Das zweite Kapitel beschreibt zunächst die Ausgangsbedingungen der WIN-Vernetzung und die strukturelle Situation der Hochschulen 1990. Anschließend wird dargestellt, wie die erste Anbindung der Hochschulen bis 1992 erfolgte. Als Vergleich dazu wurden in der Arbeit auch die außeruniversitären [...]

Inhaltsangabe:Einleitung: In einer Vielzahl von Unternehmen ist momentan ein verstärkter Trend hin zu flexiblen, projektartigen Strukturen zu verzeichnen. Die vorliegende Arbeit zeigt auf, dass sich durch die Implementierung solcher Projektstrukturen das Lernpotential eines Unternehmens deutlich steigern lässt. Projektarbeit wird dadurch zu einem wichtigen Instrument Lernender Organisationen. Begründet wird diese Auffassung damit, dass es den Mitarbeitern im Rahmen der Projektarbeit in besonders umfassender Weise ermöglicht wird, neues Wissen zu schaffen und es gleichzeitig an die Ebene der Organisation weiterzugeben. Anhand der Theorie der Wissensschaffung im Unternehmen (von Ikujiro Nonaka) werden die hierbei ablaufenden Prozesse und Rahmenbedingungen näher betrachtet. Gleichzeitig erhält der Leser einen Einblick in die wesentlichen Zusammenhänge und Gemeinsamkeiten

Get Free Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

zwischen den momentan vieldiskutierten Konzepten des Wissensmanagements, der Lernenden Organisation und des organisationalen Lernens. Ein weiterer Schwerpunkt der Diplomarbeit besteht darin zu zeigen, auf welcher vielfältigen Art und Weise die Projektarbeit in Lernenden Organisationen eingesetzt werden kann, um organisationales Lernen zu fördern. Darüber hinaus werden Möglichkeiten diskutiert, wie sich das traditionelle Projektmanagement durch Ergänzungen mit Elementen des Wissensmanagements und der Lernenden Organisation so modifizieren lässt, dass seine positiven Auswirkungen auf organisationale Lernprozesse zusätzlich gesteigert werden können. Inhaltsverzeichnis: Inhaltsverzeichnis: 1. Einleitung 1 2. Organisationales Lernen und Lernende Organisation 5 2.1 Individuelle Lerntheorien 5 2.2 Vom individuellen zum organisationalen Lernen 8 2.3 Theorie- und Modellansätze des organisationalen Lernens 11 2.4 Begriffsbestimmung: Organisationales Lernen und Lernende Organisation 15 3. Projektarbeit und Projektmanagement 18 3.1 Merkmale der Projektarbeit 18 3.2 Die Rolle des Projektmanagements 20 3.3 Einbindung der Projektgruppe in die Unternehmensorganisation 22 3.4 Von der Projektgruppe zum Projektteam 26 3.4.1 Einfluss der Projektmitglieder auf die Teamentwicklung 29 3.4.2 Einfluss der Unternehmensleitung auf die Teamentwicklung 32 4. Projektarbeit, Lernen und Wissen 34 4.1 Wissen und Wissensarten 34 4.2 Lernende Organisation und Wissensmanagement 37 4.3 Die Wissensspirale 40 4.4 Förderung der Wissensspirale durch Projektteams 46 5. Projektarbeit in Lernenden Organisationen 51 5.1 Merkmale Lernender [...]