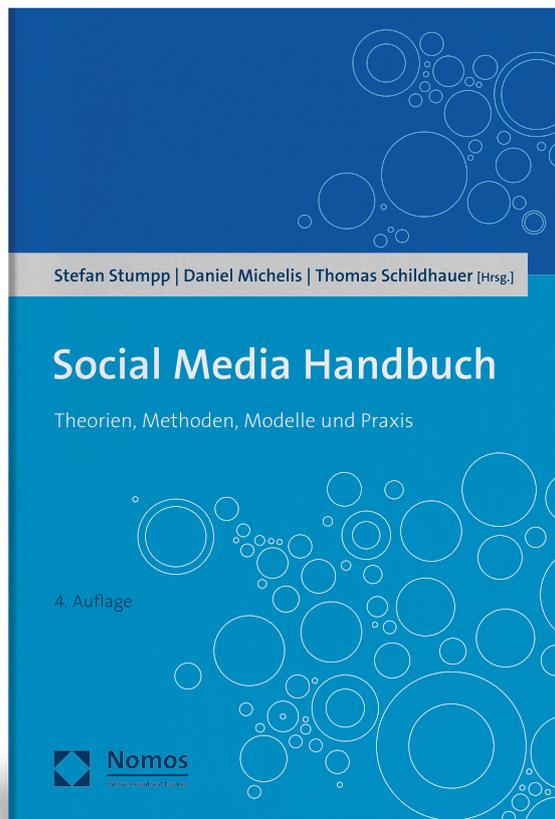


# »Eine großartige Mischung von Theorie, Literaturbericht und Inspiration für praktische Anwendung.«

Prof. Dr. Markus Kiefer, pr-journal.de, September 2018, zur Voraufgabe



- Zeigt die aktuellen Entwicklungen
- Erklärt grundsätzliche Zusammenhänge
- Beschreibt ein Strategiemodell für die Entwicklung eigener Lösungen
- Fasst Theorien, Methoden und Modelle führender Autoren zusammen und zeigt deren praktische Anwendung

## Social Media Handbuch

Theorien, Methoden, Modelle und Praxis

Herausgegeben von Dr. Stefan Stumpp,  
Prof. Dr. Daniel Michelis und

Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer

4., aktualisierte und erweiterte Auflage 2021,

402 S., brosch., 44,- €

ISBN 978-3-8487-6611-6

- Behandelt das Thema Datenverarbeitung in Sozialen Medien
- Eine Betrachtung der Plattformökonomie mit ihren ökonomischen Funktionsweisen erleichtert die Einordnung von Geschäftsmodellen in Sozialen Medien
- Dargelegt wird, wie Plattformen und ihre Algorithmen unser Handeln und unsere Meinungsbildung beeinflussen können



**Nomos**

## Hochgelobt:

»Für die akademische Befassung mit Social Media haben die Herausgeber eine echte Benchmark etabliert.«

Prof. Dr. Markus Kiefer, KM 2016, 218-221, zur Voraufgabe

»Habe selten ein Buch gefunden, das sich auf ein so breites Fundament stützt viel Expertenwissen nutzt und dieses dann aber auch anhand von Praxisfällen aufarbeitet. Toll!«

Andreas K. Giermaier, lernenderzukunft.com 8/2016, zur Voraufgabe

»Die äußerst kompakte und systematische Darstellung bietet eines der besten Handbücher zum Thema Social Media.«

RA Ralf Hansen, juralit.com 3/2016, zur Voraufgabe

»Pflichtlektüre in Management und Hochschule... eine lohnenswerte Investition!«

Prof. Harald Eichsteller, MedienWirtschaft 2/11, zur Voraufgabe

## Aus dem Inhalt:

### Einleitung

von Stefan Stumpp, Daniel Michelis und Thomas Schildhauer

### Teil 1: Grundlagen

#### Kapitel 1

**Einführung in die Sozialen Medien**

#### Kapitel 2

**Strategischer Leitfaden**

von Daniel Michelis und Stefan Stumpp

#### Kapitel 3

**Social Media Canvas**

von Thanh H. Pham

#### Kapitel 4

**Das Geschäftsmodell hinter den Sozialen Medien. Die Plattform-ökonomie als normativer Rahmen**  
von Christian Wissing

#### Kapitel 5

**Datenschutz in Sozialen Medien durch gemeinsame Verantwortlichkeit**  
von Tobias Knopf und Sebastian Volkmann

### Teil 2: Theorien, Methoden und Modelle

#### Kapitel 6

**Die Sprache der Neuen Medien (Lev Manovich)**

von Daniel Michelis und Stefan Stumpp

#### Kapitel 7

**Tipping Point (Malcolm Gladwell)**

von Daniel Michelis und Stefan Stumpp

#### Kapitel 8

**Cluetrain Manifest (Levine, Locke, Searls, Weinberger)**

von Markus Korbien und Daniel Michelis

#### Kapitel 9

**Naked Conversations (Robert Scoble, Shel Israel)**

von Karin Bjerregaard Schlüter

#### Kapitel 10

**Die Weisheit der Vielen (James Surowiecki)**

von Hendrik Send

#### Kapitel 11

**Organisieren ohne Organisationen (Clay Shirky)**

von Daniel Michelis und Stefan Stumpp

#### Kapitel 12

**The Long Tail (Chris Anderson)**

von Daniel Michelis und Stefan Stumpp

#### Kapitel 13

**Free (Chris Anderson)**

von Anna Riedel

#### Kapitel 14

**POST-Methode (Charlene Li, Josh Bernoff)**

von Daniel Michelis und Stefan Stumpp

#### Kapitel 15

**Mit dem HERO-Konzept Angestellte für den digitalen Wandel identifizieren (Josh Bernoff, Ted Schadler)**

von Stefan Stumpp und Daniel Michelis

#### Kapitel 16

**Open Leadership (Charlene Li)**

von Tom Reichstein und Daniel Michelis

#### Kapitel 17

**Crowdsourcing (Jeff Howe)**

von Stefan Stumpp

#### Kapitel 18

**Dark Social – Entwicklung, Einordnung und Herausforderungen**

von Norman Wiebach

#### Kapitel 19

**Social Bots – wie Algorithmen Meinungen beeinflussen**

von Norman Wiebach

#### Kapitel 20

**Kultur der Digitalität (Felix Stalder)**

von Andrea Braun

#### Kapitel 21

**Algorithmen als Entscheidungsinstanz in Sozialen Medien (Christoph Drösser)**

von Julia Weißhaupt

#### Kapitel 22

**Dystopie, Retropie und Utopie: Zukunftsvisionen für Soziale Medien (Richard David Precht)**

von Stefan Pfaff

### Teil 3: Anwendung

#### Kapitel 23

**Online-Kommunikation in Projekten lernen und vermitteln – Neue Arbeitsmodelle und soziale Kollaboration**  
von Michael Sarbacher

#### Kapitel 24

**POST-Methode: Anwendungsfall Hochschule Anhalt**  
von Franziska Geue

#### Kapitel 25

**Social Media Canvas: Anwendungsfall Lidl**

von Jan-Benedikt Weber und Thanh H. Pham

Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei online unter [nomos-shop.de](https://www.nomos-shop.de)

Bestell-Hotline +49 7221 2104-37 | E-Mail [bestellung@nomos.de](mailto:bestellung@nomos.de) | Fax +49 7221 2104-43

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer | Angebotsstand: 18.05.2021



Nomos

