

Business Communities im Spannungsfeld von Innovation und Forschung

Seminar
Sommersemester 2009

XING 

 INNOCENTIVE®


Linked  in®

OPEN
INNOVATION

 APSense.com
The #1 Business Social Network... Driven by YOU!

twitter



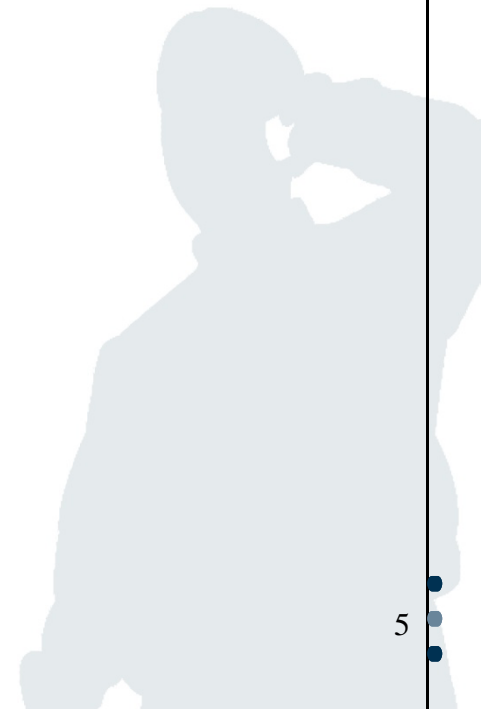
- Einführung
 - Rahmenbedingungen des Seminars
 - Vorstellung der Seminarthemen
 - Praxisteil & Präsentation
 - Vergabe der Themen
 - Offene Fragen
- 

- Business Communities
 - Einsatz von Communities im Business Kontext (Unternehmensintern und -extern)
 - Zur Kommunikation mit Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern, etc.
 - Management von Kontakten, Wissen, Inhalten und Aktivitäten
 - Im Rahmen des Einsatzes von Web 2.0 Tools im Unternehmenskontext
- Beispiele
 - LinkedIn, XING, Innocentive, ...

- Fokus:
 - Business Communities
 - Web 2.0
 - OpenInnovation
 - Marketing
 - Kollaborative Communities
 - Enterprise 2.0



- Gesamtnote des Seminars setzt sich aus folgenden Kriterien zusammen
 - Eingangsklausur (20%)
 - Seminararbeit Theorieteil (40%)
 - Seminararbeit Praxisteil (15%)
 - Seminarvortrag (25%)



- Für die Seminararbeit gelten die formalen Anforderungen der Professur:
 - Word-Template verfügbar unter www.m-chair.net → Lehre → Diplomarbeiten-Seite → Formatvorlage
 - Seitenzahl der Seminararbeit: 15-20 Seiten Text (ohne Deckblatt, Inhalts-, Stichwort- und Literaturverzeichnis)
 - Die Einhaltung dieser Formalitäten geht in die Bewertung der Seminararbeit ein!
 - Weitere Informationen auf der Website:
 - [Hinweise zu wissenschaftlichem Schreiben](#)
 - [Hinweise zum Verfassen wissenschaftlicher Texte](#)

- Die Arbeiten müssen in folgender Form abgegeben werden:
 - 1 Mal in ausgedruckter Form (im Sekretariat der Professur oder direkt beim Betreuer/in),
 - 1 Mal als MS Word- oder OpenOffice Dokument (per E-Mail oder CD)
 - 1 Mal als PDF-Dokument (per E-Mail oder CD)





- Abgabe der Gliederung:
 - erforderlich (bitte per Mail)
- Abgabe der Seminararbeit:
 - 15.06.2009
- Praxisteil:
 - 15.06.2009 - 24.06.2009
 - Weitere Informationen im Verlauf des Seminars
- Abgabe der Vorträge:
 - freiwillig (bitte per Mail)
 - Feedback auf Wunsch
- Blockseminar:
 - 02.07.2009



- Katja Liesebach



 katja.liesebach@m-chair.net


 069/798-34707

Raum 2.231, RuW

- Christian Kahl



 christian.kahl@m-chair.net

 069/798-34706

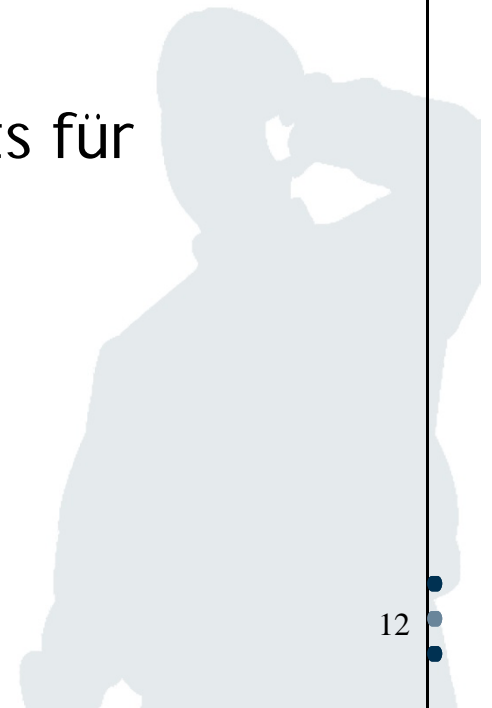
Raum 2.232, RuW

- Weitere Informationen:
 - www.m-chair.net -> Lehre -> „ Business Communities im Spannungsfeld von Innovation und Forschung“
- Fragen an die Betreuer bei Problemen während des Seminars:
 - Fragen zu Inhalten und Konzeption
 - direkt an die/den Betreuer/in wenden
 - Fragen zur Organisation/Ablauf
 - per E-Mail: seminar@m-chair.net
- Generell gilt:

Fragen an uns nur, wenn sich das Problem nicht durch andere Quellen/Personen lösen lässt!

1. Communities als Erfolgsfaktor für Unternehmen
2. Wissensmanagement in Business Communities
3. Geschäftsmodelle für Business Communities
4. Enterprise 2.0 - Web 2.0 im Unternehmen
5. Datenschutz im Enterprise 2.0 Zeitalter
6. Marketing 2.0 - Unternehmen im Web 2.0
7. Mobile Enterprise

- Inhalt
 - Unternehmen können in vielerlei Hinsicht von Business Communities profitieren
 - Charakterisierung und Überblick der verschiedenen Ausprägungen von Business Communities
 - Skizzieren von Einsatzszenarien
 - Herausstellen des (potentiellen) Mehrwerts für Unternehmen
- Betreuerin: Katja Liesebach



- Inhalt
 - Communities als Teil der Wissensgesellschaft - Träger und Erzeuger von Wissen
 - Welche Prozesse und Stufen des Wissensmanagements können identifiziert werden?
 - Wie kann eine Unterstützung dieser Prozesse im Unternehmen erfolgen, v.a. hinsichtlich
 - Interne und externe Integration,
 - Technologien,
 - Organisatorische Einbettung, ...?
 - Best Practice Beispiele
- Betreuerin: Katja Liesebach

■ Inhalt

- Business Communities zum Aufbau und zur Pflege von Geschäftskontakte
- Austausch von Informationen und Wissen zwischen Kollegen/Geschäftspartnern
- Wie lassen sich unterschiedliche Ausprägungen von Business Communities finanzieren?
 - Paid Content?
 - Premium Services/Membership?
 - Marketing/Advertising?
 - Andere?
- Welche Geschäftsmodelle werden von bestehenden Communities eingesetzt?

- Betreuer: Christian Kahl

- Inhalt

- Unternehmens-interner Einsatz von Web 2.0
Technologien zur Kommunikation und zum
Management von Kontakten und Informationen
- Welche Bedeutung hat Web 2.0 für Unternehmen?
- Welche Web 2.0 Konzepte und Tools werden/können
ihren Einsatz in Unternehmen finden?
 - Berücksichtigung verschiedener Ausprägungen von
Business Communities
 - Wo liegen die Vor- und Nachteile dieses Einsatzes?

- Betreuerin: Katja Liesebach

- Inhalt
 - Einsatz von Web 2.0 Technologien geht mit neuen bzw. erweiterten Aspekten des Datenschutzes für Unternehmen einher
 - Welche (potentiellen) Risiken entstehen für
 - Unternehmen,
 - Mitarbeiter,
 - Geschäftspartner, ...?
 - Wie kann diesen begegnet werden?
 - Diskussion von möglichen Ansätzen und deren Vor- und Nachteile
- Betreuerin: Katja Liesebach

- Inhalt
 - Unternehmens-externer Einsatz von Web 2.0 Technologien
 - Einsatz von Web 2.0 Technologien in Unternehmen
 - Insbesondere für Marketing
 - Eignung des Web 2.0 als zusätzlicher Marketingkanal?
 - Wie erfolgreich sind Marketingmaßnahmen im Web 2.0?
 - Wo liegen Probleme?
- Betreuer: Christian Kahl

- Inhalt
 - Diskussion des Mehrwerts von Mobilität und mobilen Technologien für Business Communities und Unternehmen
 - Identifikation von möglichen Einsatz(szenarien)
 - Interner Einsatz von mobilen Technologien (z.B. Mitarbeiterkommunikation)
 - Externer Einsatz von mobilen Technologien (z.B. Vertrieb)
- Betreuer: Christian Kahl



- Praxisteil
 - Praktische Anwendung von Seminarwissen
 - Zur Vertiefung und Erweiterung des Wissens
 - Praxisorientierte Ergänzung zu den Seminarinhalten
 - z.B. Evaluation einer mobilen Anwendung
- Präsentation
 - Vorstellung der Seminararbeit
 - 20 Minuten Vortrag + 10 Minuten Diskussion



