

Medienmanagement

Version vom 7. Juni 2016, 09:22 Uhr (Quelltext anzeigen)

[Wiki Sysop \(Diskussion | Beiträge\)](#)

[← Zum vorherigen](#)

[Versionsunterschied](#)

Zeile 1:

Unter

'''Medienmanagement'''

versteht man eine

spezielle

Betriebswirtschaftslehre,

die speziell auf die

Medienbranche

ausgerichtete Themen

umfasst. Dazu gehören

– aber auch allgemeine

betriebswirtschaftliche

Grundlagen. Dabei

unterscheidet man

zwischen dem

Management von Medien

in Organisationen (siehe

auch: [\[\[Public Relations\]\]](#))

und dem Management

von

Medienunternehmen.

– == Begriff ==

Aktuelle Version vom 7. Juli 2017, 14:31 Uhr (Quelltext anzeigen)

[Diana Mantel \(Diskussion | Beiträge\)](#)

Zeile 1:

Unter '''Medienmanagement''' versteht man eine spezielle Betriebswirtschaftslehre, die speziell auf die Medienbranche ausgerichtete Themen umfasst. Dazu gehören aber auch allgemeine betriebswirtschaftliche Grundlagen. Dabei unterscheidet man zwischen dem Management von Medien in Organisationen (siehe auch: [\[\[Public Relations\]\]](#)) und dem Management von Medienunternehmen.

+ == Begriff ==

„Medienmanagement bedeutet zum einen das Management von Medien als deren bewusste Gestaltung und zum anderen das Management von Medienunternehmen.“ Christian Scholz (2006): Medienmanagement – Herausforderung, Notwendigkeit und ein Bezugsrahmen, in: ders. (Hg.): Handbuch Medienmanagement, Springer: Berlin, Heidelberg, New York, S. 13

„Medienmanagement bedeutet zum einen das Management von Medien als de zum anderen das Management von Medienunternehmen.“ Christian Scholz (20 Herausforderung, Notwendigkeit und ein Bezugsrahmen, in: ders. (Hg.): Handb Springer: Berlin, Heidelberg, New York, S. 13

„Medienmanagement umfasst alle Aktivitäten der Planung, Organisation und Kontrolle in Medien- und Multimediaunternehmen mit dem Ziel, einen unternehmerischen Erfolgsbeitrag zu leisten.“ Bernd W. Wirtz (2003): Grundlagen des Medien- und Multimediamanagements, in: ders. (Hg.): Handbuch Medien- und Multimediamanagement, Gabler: Wiesbaden, S. 23

„Medienmanagement umfasst alle Aktivitäten der Planung, Organisation und K Multimediaunternehmen mit dem Ziel, einen unternehmerischen Erfolgsbeitrag (2003): Grundlagen des Medien- und Multimediamanagements, in: ders. (Hg.): Multimediamanagement, Gabler: Wiesbaden, S. 23

– == Literatur ==

* Gabriele Hooffacker / Peter Lökk: Pressearbeit praktisch. Journalistische Praxis, Berlin 2011 [http://www.pressearbeit-praktisch.de Website zum Buch mit weiterführenden Informationen zum Beruf].

+ ==Literatur==

* Gabriele Hooffacker / Peter Lökk: Pressearbeit praktisch. Journalistische Praxi pressearbeit-praktisch.de Website zum Buch mit weiterführenden Informatione

```

- == Weblinks ==          +
  *\[http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe
- /docroot/r2/blobs/pdf/bkb + ==Weblinks==
  /59505.pdf Steckbrief der
  Bundesagentur für Arbeit]
  *\[http://www.macromedia-fachhochschule.de
  * \[index?path=null/
- /studium/studiengaenge + kurzbeschreibung&dkz=14238&afrLoop=37178836137496133&afrWindowM
  /medienmanagement.html Macromedia]
  .ctrl-state=ksldgfsft\_70 Steckbrief der Bundesagentur für Arbeit]
  *\[http://www.zeitelhack.com
- /medienmanagement/ + * \[http://www.zeitelhack.com/medienmanagement/
  Medienmanagement]

[[Kategorie:Berufsbilder]]  [[Kategorie:Berufsbilder]]
[[Kategorie:
Medienökonomie]]          [[Kategorie:Medienökonomie]]

```

Aktuelle Version vom 7. Juli 2017, 14:31 Uhr

Unter **Medienmanagement** versteht man eine spezielle Betriebswirtschaftslehre, die speziell auf die Medienbranche ausgerichtete Themen umfasst. Dazu gehören aber auch allgemeine betriebswirtschaftliche Grundlagen. Dabei unterscheidet man zwischen dem Management von Medien in Organisationen (siehe auch: **Public Relations**) und dem Management von Medienunternehmen.

Begriff

„Medienmanagement bedeutet zum einen das Management von Medien als deren bewusste Gestaltung und zum anderen das Management von Medienunternehmen.“ Christian Scholz (2006): Medienmanagement – Herausforderung, Notwendigkeit und ein Bezugsrahmen, in: ders. (Hg.): Handbuch Medienmanagement, Springer: Berlin, Heidelberg, New York, S. 13

„Medienmanagement umfasst alle Aktivitäten der Planung, Organisation und Kontrolle in Medien- und Multimediaunternehmen mit dem Ziel, einen unternehmerischen Erfolgsbeitrag zu leisten.“ Bernd W. Wirtz (2003): Grundlagen des Medien- und Multimediamanagements, in: ders. (Hg.): Handbuch Medien- und Multimediamanagement, Gabler: Wiesbaden, S. 23

Literatur

- Gabriele Hooffacker / Peter Lökk: Pressearbeit praktisch. Journalistische Praxis, Berlin 2011 [Website zum Buch mit weiterführenden Informationen zum Beruf.](#)

Weblinks

- [\[index?path=null/kurzbeschreibung&dkz=14238&_afLoop=37178836137496133&_afWindowMode=0&_afWindowId=nullctrl-state=ksldgfsft_70 Steckbrief der Bundesagentur für Arbeit\]](#)
- [Macromedia](#)
- [Medienmanagement](#)