Inhaltsverzeichnis

Technologische Grundlagen der Digitalen Ökonomie .......................................................... 1

Digitalisierung als Basis für ein neues Zeitalter .......................................................... 3
Horst Nasko

Formale Modelle und Medien ................................................................................. 13
Ulrike Lechner

An Assessment of Developments in Electronic Contracting .......................... 27
Yao-Hua Tan, Walter Thoen

Regulierung und rechtliche Grundlagen der Digitalen Ökonomie ................................. 45

Das Versprechen des Formalen - Einige Bemerkungen zur Beziehung zwischen Recht und Informatik ................................................................. 47
Herbert Burkert

US Proposals for Free Trade in Digital Media Products: Multilateral vs. Regional Efforts .......................................................................................... 59
Heinz Hauser, Sacha Wunsch-Vincent

Kauf oder Leasing - Ambivalenzen pauschalierter und individualisierter Abrechnung der Nutzung intellektueller Produkte ........................................ 73
Rainer Kuhlen

Digital Rights Management and Internet Based Innovation .......................... 99
Arnold Picot, Marina Fiedler
Inhaltsverzeichnis

Elektronische Märkte und E-Commerce ............................ 115
Exchange and Exchange Relationships ............................. 117
René Algesheimer, Andreas Herrmann, Marcus Dimpfel

Electronic Commerce: Hype and Downturn ........................ 133
Stefan Klein

The Missing Link: Connecting Physical and Virtual Channels
Through Click and Mortar Electronic Commerce .................. 147
Charles Steinfeld

E-commerce and Tourism: Retrospectives and Perspectives ....... 165
A Min Tjoa, Hannes Werthner

Virtuelle Unternehmen .................................................. 181

Die Virtuelle Fabrik – Lessons Learned zehn Jahre danach .......... 183
Günther Schuh, Patrick Wegehaupt

Zur Integrationstiefe in der zwischenbetrieblichen Zusammenarbeit ........................................ 199
Wolfgang König, Daniel Beimborn

Kooperationsprozesse und Echtzeitmanagement .................. 215
Enrico Senger, Hubert Österle

IT und modulare Organisationen ..................................... 229
Roman Boutellier

Neue Geschäftsmodelle .................................................... 243

Geschäftsmodelle internetbasierter Unternehmen .................. 245
Steffen Breuer, Walter Brenner
Beitrag von “Communities” zum Customer Value: Begründung aus Sicht des Funktionen-Modells................................. 259
Matthias Haller

Management des Kundenwertes in der Netzökonomie –
Die Herausforderung virtueller Dienstleistungsunternehmen ..........275
Thomas Bieger, Silvio Jäger, Andreas Liebrich

Virtualität und Wissensmanagement .................................. 291

Der digitale Himmel - Differenzbildung und Erlösung ...............293
Peter Gross

Von alten Klöstern zu neuen Welten - Eine Analogie zur
gesellschaftlichen Bedeutung von Wissen.....................................301
Gerd Schulte-Hillen

Innovative Bibliotheksdienste als Bestandteil von
Forschungsmedien ........................................................................315
Wolfgang Maass

Das Management der Informationsqualität in Neuen Medien ........323
Martin J. Eppler

E-Learning .................................................................................. 239

Innovationen an Hochschulen gestalten: eLearning als Motor einer neuen Lernkultur? ......................................................341
Sabine Seufert

E-Learning als notwendige Kernkompetenz ...............................353
Ernst Buschor

E-Learning Prospects for the Developing World ..........................363
Ronald M. Lee
Open Integration Environment for E-Learning Products and Services .................................................................................................................. 379
José L. Encarnação, Bodo Urban, Miguel L. Encarnação

Neue Qualifikationen für die Digitale Ökonomie ............ 397

Medienökonomie und Kommunikationswissenschaft .................. 399
Peter Glotz

Führung und Kommunikation: Verantwortung fordern und fördern .................................................................................................................. 405
Peter Gomez

Wer sind denn diese Informatiker? Eine Annäherung aus Schweizer Sicht ........................................................................................................... 413
Carl August Zehnder

Qualifikationen für die digitale Ökonomie................................. 429
Robert Winter, Ulrike Baumöl

Zukünftige Trends - Mobile Business ................................. 441

Ubiquitous Computing – Betriebswirtschaftliche Potentiale geerdeter Informationssysteme ................................................................. 443
Oliver Christ, Elgar Fleisch

Mobile Business - The New Frontier of the Digital Economy ........ 459
Katarina Stanoevska-Slabeva

Autorenverzeichnis ........................................................................ 477
The Digital Economy - Anspruch und Wirklichkeit
Festschrift für Beat F. Schmid
Stanojevska-Slabeva, K. (Hrsg.)
2004, XIV, 482 S., Hardcover
ISBN: 978-3-540-20850-1