



ANKE TROMMERSHAUSEN

Corporate Responsibility in Medienunternehmen

2011, 344 S., 4 Abb., 16 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 30,00 / EUR(A) 30,70 / sFr. 50,40

ISBN 978-3-86962-042-8

Über dieses Buch: Digitale Netzwerkmedien verändern maßgeblich unseren Alltag. Mobiltelefonie, mobiles Internet, Social Networks und Web-2.0-Anwendungen revolutionieren die persönliche und die gesellschaftliche Kommunikation. Die Medienunternehmen der ehemals getrennten Branchen Telekommunikation, Information, Media (und Entertainment) – TIM(E) – gestalten diesen Wandel durch ihre Produkte und Dienstleistungen maßgeblich mit. Sie werden als Konvergenzunternehmen zum Bezugspunkt gesellschaftlichen Wandels und damit zum Zurechnungspunkt neuer Verantwortungsbereiche in ihren Corporate-Social-Responsibility-Strategien.

Das Buch entwickelt aus einer medien- und kommunikationswissenschaftlichen Perspektive neue Dimensionen dieser gesellschaftlichen Verantwortung von TIM(E)-Unternehmen. Es wird theoretisch gezeigt, dass diese Unternehmen vor allem Einfluss auf die Konstitution von Kommunikation und Kultur in der Gesellschaft besitzen. Wird dies in die Corporate-Responsibility-Strategie integriert, wird es möglich, strategische Potenziale einer CR für Kommunikation und Kultur zu nutzen. Es wird das Spannungsfeld unterschiedlicher unternehmens- und wirtschaftsethischer Fundierungen kritisch beleuchtet

und ein unternehmensethisches Konzept der strategischen CR entwickelt. Eine qualitative Inhaltsanalyse der CR von zwölf TIM(E)-Unternehmen zeigt, dass jene noch ganz am Anfang dieser dringenden strategischen Fragen stehen.

Das Buch füllt die Lücke zwischen Theorie und Praxis und zeigt Wege zur Professionalisierung nachhaltigen Wirtschaftens in der Medienbranche auf. TIM(E)-Unternehmen treibt die neue kulturelle und kommunikative Bedeutung ihres Kerngeschäfts um, weil sie genau wissen, dass diese gesellschaftlichen Ansprüche zukünftig über ihre Marktposition mit entscheiden werden.

Über die Autorin: Anke Trommershausen ist Juniorprofessorin für Internationales Management und Medien an der Bauhaus-Universität Weimar. Sie studierte Angewandte Kulturwissenschaften und schloss ihr Doktoratsstudium am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt mit Auszeichnung ab.

Weitere Informationen:

http://halem-verlag.lookingintomedia.com/shop/product_info.php/products_id/236

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Buchhandlung (Stempel):

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.