Inhalt:

Unsicherheiten hinsichtlich des Nachfrageverhaltens zukünftiger Zielgruppen und der weiteren Entwicklung der Mobilfunktechnik verursachen derzeit eine Situation, die sich als Anwendung, aber auch umgekehrt als Anwendung, die auf Technik wartet, beschreiben lässt. Diese beiden Kräfte werden auch als Technology Push und Market Pull bezeichnet. Das daraus resultierende Spannungsverhältnis wirkt im gesamten Bereich des M-Business, wobei auch hier die Herausforderungmehr denn je darin besteht, die neuen Technologien mit einem ökonomischen Nutzen zu verbinden.

Die Herausgeber der Reihe:

Prof. Dr. Mike Friedrichsen, Dipl.-Volkswirt, M.A., Professor für Medienwirtschaft, Medienmanagement und Medienforschung an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Arbeits- und Forschungsgebiete: Medienökonomie, Medienmanagement, Marketing, Medien- und Werbewirkungsforschung, Markt- und Meinungsforschung, Wahlforschung, E-Commerce, Wirtschaftsjournalismus.

Prof. Dr. Martin Gläser, Dipl.-Volkswirt, Professor für Medienwitschaft und Medienmanagement an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Arbeits- und Forschungsgebiete: Medienmanagement, TV- und Radiomanagement, Controlling, Normatives Management, Unternehmenskultur, Unternehmensstrategien, Führung, Projektmanagement, Medienkalkulation, Trends und Perspektiven, Non-Profit-Organizations.

Die Schriften zur Medienwirtschaft und Medienmanagement werden finanziell unterstützt von ...

ISBN 3-7890-????-?

Friedrichsen (Hrsg.) • Media - Mobile - Money

6

Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement 6

Mike Friedrichsen (Hrsg.)

Media - Mobile - Money

Business-Modelle der mobilen Kommunikation

Nomos Verlagsgesellschaft
Baden-Baden