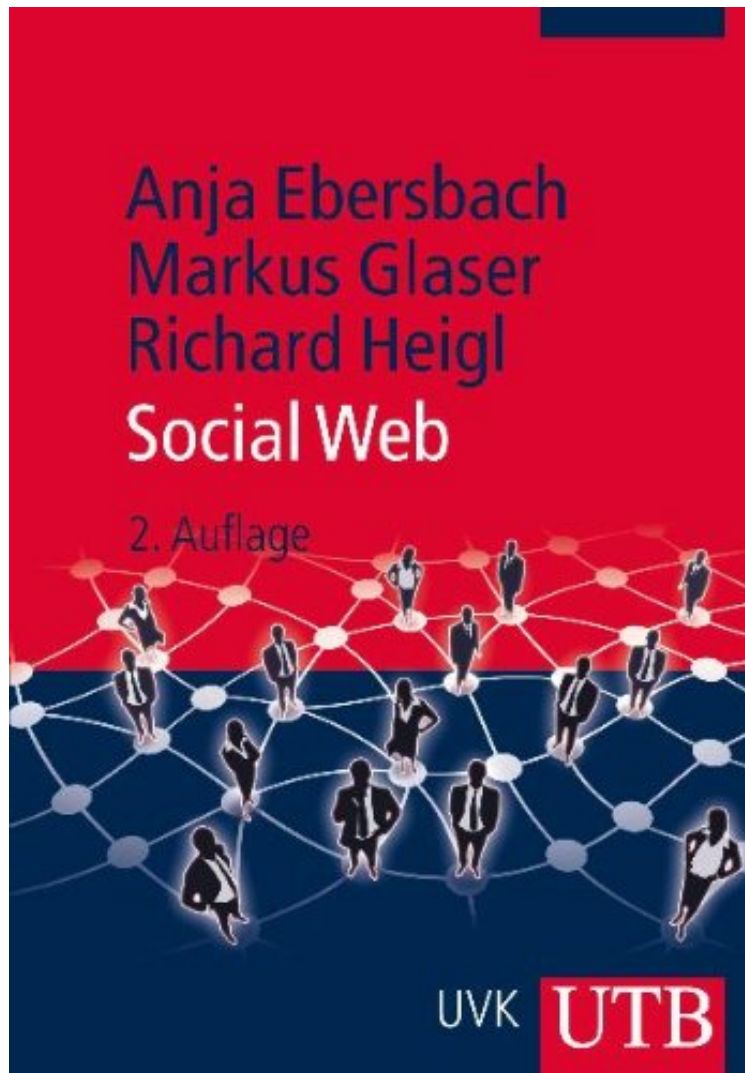


Social Web

Von Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #608378 in BcherVerffentlicht am: 2010-11-17Abmessungen: 8.54 x .79b x 5.911, Einband: Broschiert320 Seiten | File size: 54.Mb

Von Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl : Social Web before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Web:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. SOCIAL WEB FR VERBNDE: ENTDECKE DIE MGLICHKEITENVon Verbandsstrategie - RedaktionSei es das Nachschlagen bei Wikipedia, der Kontakt ber Facebook oder die Fotos auf flickr - geht haben fast alle davon und viele nutzen es auch: das Web 2.0. Es fllt schwer, den Durchblick zu behalten bei den rasanten Entwicklungen, die dort stattfinden. Aber auch Verbnde sind mehr und mehr gefordert, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen und zu erkennen, in welchen Bereichen eine Prsenz unerlsslich ist.Einen berblick ber die vielfltigen Mglichkeiten des Social

Web zu bieten, ist die selbstgestellte Aufgabe von Anja Ebersbach, Markus Glaser und Richard Heigl. Um an das Verständnis der Materie heranzuführen, gibt das Buch zunächst einen Abriss der Geschichte des Internets als 'Ort der kommunikativen Interaktion'. Dann geht es in die Praxis: Die einzelnen Typen der Social-Web-Anwendungen werden mit einem kurzen Überblick ihrer Geschichte, bekannten Plattformen sowie einer Analyse ihrer Vor- und Nachteile vorgestellt. Zudem findet man Tipps, wie die verschiedenen Portale von Software im Rahmen der Verbandskommunikation eingesetzt und genutzt werden können, auch für die Mitgliederkommunikation, z.B. durch den Aufbau eines internen Wikis. Die genannten Ausführungen zu Vor- und Nachteilen können Verbänden bei der Beurteilung helfen, ob der Einsatz von Anwendungen wie Facebook für die eigene Kommunikation hilfreich ist oder mehr Risiken als Nutzen birgt. So ist es wichtig, dass die Regeln von Online-Communitys bekannt sind und beachtet werden, z.B. der offene Umgang auch mit kritischen Fragen, die sonst an anderer Stelle im Netz auftauchen und sich vervielfältigen können. Generell müssen Nutzer durch eine 'Verbindung' (Fan, Kontakt, Abo etc.) zu Marken oder Institutionen bei sogenannten sozialen Plattformen immer einen Nutzen für sich selbst erkennen können, sonst findet das Angebot keine Beachtung. Der Leser von 'Social Web' erhält zudem Anregungen und Hilfestellung bei der Frage, welche Programme sich zur Optimierung von Kommunikationswegen und der Informationsbeschaffung nutzen lassen. So ermöglicht z.B. Mister Wong als freie Bibliothek im Internet das Recherchieren in tausenden von Dokumenten und Webseiten. Am Schluss geben die Autoren einen Ausblick auf mögliche weitere Entwicklungen im Social Web. Realität ist von diesen schon die dezentrale Datenverwaltung, welche es dem Nutzer ermöglicht, von überall auf die eigenen Daten zuzugreifen (z.B. Cloud Computing). Zudem werden die Erfordernisse mobilen Zugriffs, vor allem bei Handys, das Internet immer stärker beeinflussen, was letztlich zu immer weiter gehender Vermischung von 'realer' und 'virtueller' Welt führen wird. Fazit: Ebersbach, Glaser und Heigl präsentieren gut verständlich Grundlagenwissen zu den Möglichkeiten, die das Social Web bieten kann. Kommunikationsbeispiele aus Unternehmen, die sich tatsächlich auf den Verbandsbereich übertragen lassen, werden nur am Rande erwähnt. Dennoch schafft das Buch gute Voraussetzungen für jeden, der sich intensiver mit dem Thema beschäftigen möchte.

1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Für den Einstieg geeignet
 Von EmmiDas Buch ist für den Einstieg in die Thematik sehr geeignet. Auch für das allgemeine Studium ist es sehr zu gebrauchen. Es ist zugänglich geschrieben und erfasst alle wichtigen Punkte um den Einstieg in das Social Web zu analysieren.

2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Nabenhauer Consulting: Praxisbuch mit Tiefgang für Social Media Anwender
 Von Nabenhauer Consulting Robert NabenhauerDie Trias aus zwei Informationswissenschaftlern und einem Historiker hat in Social Web zu einem erstaunlich praxisorientierten Buch geführt, das sich ausführlich mit den praktischen Elementen der Social Media Nutzung auseinandersetzt. Entgegen herkömmlicher wissenschaftlicher Methodik wurden diese praktischen Aspekte noch vor den theoretischen Grundlagen beleuchtet erfrischend, weil sich insbesondere Social Media Anwender auf die praktische Umsetzung und entsprechende Tipps und Herangehensweisen konzentrieren. Im Fokus stehen neben den beliebten Portalen wie Facebook oder Twitter die Social Media Komponenten der ersten Stunde: Wikis, Blogs und Podcasts. Dabei gehen die Autoren Ebersbacher, Glaser und Heigl explizit auf einzelne Anwendungen ein, konkretisieren Vor- und Nachteile der Anwendung und die Möglichkeiten der Verwendung für Unternehmen. Im theoretischen Teil werden aus den im praktischen Teil vorangegangenen Informationen dann die zu Grunde liegenden Mechanismen herausgearbeitet für Unternehmen werden Konsequenzen für zukünftige Geschäftsmodelle abgeleitet, die die sozialen Aspekte der Neuen Medien integrieren und aufgreifen. Besonders positiv: durch ein umfangreiches Register und den gut strukturierten Inhalt lassen sich einzelne Aspekte schnell filtern damit ist der Social Web ein Buch, das sich besonders gut immer wieder zur Hand nehmen lässt, um einzelne Aspekte und Informationen neu zu erlesen. Robert Nabenhauer

Produktbeschreibung
 Interessantes Buch, welches bei jeder Projekt- oder Studienarbeit im Bereich Social Web und Social Media berücksichtigt werden sollte!

Pressestimmen[] Fazit: Alles in allem bietet 'Social Web' zwar einige theoretische Hintergründe, ist vor allem aber doch ein sehr praxisnahes Buch und daher jedem zu empfehlen, der in diesem Bereich beratend und operativ tätig ist. Die Bandbreite der Informationen, der besprochenen Anwendungen und Webseiten ist so vielfältig, dass 'Social Web' vermutlich noch eine Weile mein ständiger Begleiter bleiben wird... ..! (Katja Frstenau prplus.de zur 1. Auflage)
 Kurzbeschreibung Wikis, Blogs und Podcasts ermöglichen in zunehmendem Maße eine Interaktion zwischen den Besuchern einer Website und führen zur Bildung von Gemeinschaften - eine in den Massenmedien bisher nicht erreichte Partizipation. Ausgehend von der Geschichte des Internets und einer Definition des 'Social Webs' werden zunächst dessen Erscheinungsformen vorgestellt, verglichen und eingeordnet. Darauf folgt eine Beschreibung der technischen Grundlagen sowie der auftretenden Gruppenprozesse und der gesellschaftlichen Bedeutung. Anja Ebersbach und Markus Glaser sind Informationswissenschaftler und promovieren an der Universität Konstanz. Richard Heigl ist promovierter Historiker und betreibt in Regensburg ein Unternehmen zur Entwicklung von Wiki-Projekten. Der Autor und weitere Mitwirkende Anja Ebersbach und Markus Glaser sind an der Universität Konstanz tätig.