

Inhaltsverzeichnis

Teil I Theorie kreativitätsintensiver Prozesse

- 1 Management kreativitätsintensiver Geschäftsprozesse 3
Stefan Seidel
- 2 Validierung und Erweiterung der Theorie des
Managements kreativitätsintensiver Prozesse – eine Studie
in der deutschen Fernsehindustrie 17
Marc Oliver Schwehm und Matthias Voigt

Teil II Methoden zur Unterstützung kreativitätsintensiver Prozesse

- 3 Modellierung kreativitätsintensiver Prozesse – Methodische
Unterstützung der Analyse und Dokumentation 39
Milan Karow und Dagmar Reul
- 4 Das Ψ -Konzept: Ganzheitlicher Ansatz einer
Potenzialberatung zur Steigerung der Innovationsfähigkeit
von Medienunternehmen 71
Jacques Colman

Teil III Software zur Unterstützung kreativitätsintensiver Prozesse

- 5 Mission Possible – Über die Einführung
von Unternehmenssoftware in der Film – und TV-Branche 87
Joachim Knaf und Christian Hünemörder
- 6 Informationen suchen, Inspiration finden – Semantische
Suche im Kontext kreativer Prozesse 99
Carsten Hibbeler, Lars Koch, und Philipp Westrich

- 7 Unterstützung Kreativer Geschäftsprozesse durch Workflow Management und Groupware: Evaluation einer integrierten Software-Lösung 111**
Michael Beysiegel, Oleksiy Vasylyev, und Dominic Breuker

Teil IV Anwendungen in der Fernsehindustrie

- 8 Dynamik und Wandel in der Medienindustrie – Ansätze zum Management kreativer Geschäftskonzepte in der digitalen Welt 133**
Dominik Große Holtforth
- 9 Ein Markt ist in Bewegung – Gedanken zur Ausbildung kreativer Producer in einer sich rasant verändernden Medienwelt 153**
Axel Beyer
- 10 Managementpraktiken für erfolgreiches Projektmanagement in kreativen Industrien – entwickelt am Beispiel der deutschen TV-Industrie 161**
Katrin Bergener und Matthias Voigt
- 11 Von der Idee zur Fernsehshow am Beispiel der Kocharena 185**
Sabah Wahbe
- 12 Schreiben ohne Ende – Bedingungen, Methoden und Konsequenzen gemeinsamer Autorenschaft in arbeitsteiligen Kreativitätsprozessen 195**
Julius Grützke

Teil V Anwendungen in anderen Bereichen

- 13 Kreativität in IT-Forschungsprojekten – Charakterisierung und resultierende Handlungsanweisungen für das Projektmanagement 207**
Jan vom Brocke und Sonia Lippe
- 14 Kreativitätsintensive Prozesse der Online-Branche 223**
Timo Naumann

Management kreativitätsintensiver Prozesse
Theorien, Methoden, Software und deren Anwendung in
der Fernsehindustrie

Becker, J.; Schwaderlapp, W.; Seidel, S. (Hrsg.)

2012, X, 238 S. 73 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-21677-0