

Management sozialer Netzwerke

Seminar

1 Einführung

1. Einleitung
2. Netzwerk-Konzeption
3. Soziale Netzwerke im Gründungsprozess
4. Professionelles Networking
5. Netzwerkphilosophien im soziokulturellen Kontext
6. Vertriebsorientierte Netzwerke
Lizenz- / Franchise-Partnerschaften, Network-Marketing
7. Finanzierungsorientierte Netzwerke
Business-Angels, Venture-Capital-Gesellschaften
8. Kommunikationsorientierte Netzwerke
XING, LinkedIn etc.
9. Präsentationen der Seminarteilnehmer

Gastreferenten zu ausgewählten Themen

Empfohlene Literatur

- A. Aulinger: Entrepreneurship und soziales Kapital, Marburg 2005
- W. Dieterle: Der Network-Guide. Soziale Netzwerke als Erfolgsfaktoren für Gründungsunternehmen, Bestensee 2012
- K. Henning et al.: Wissen-Innovation-Netzwerke, Berlin/Heidelberg 2003
- J. Sydow, A. Windeler: Steuerung von Netzwerken, Wiesbaden 2001