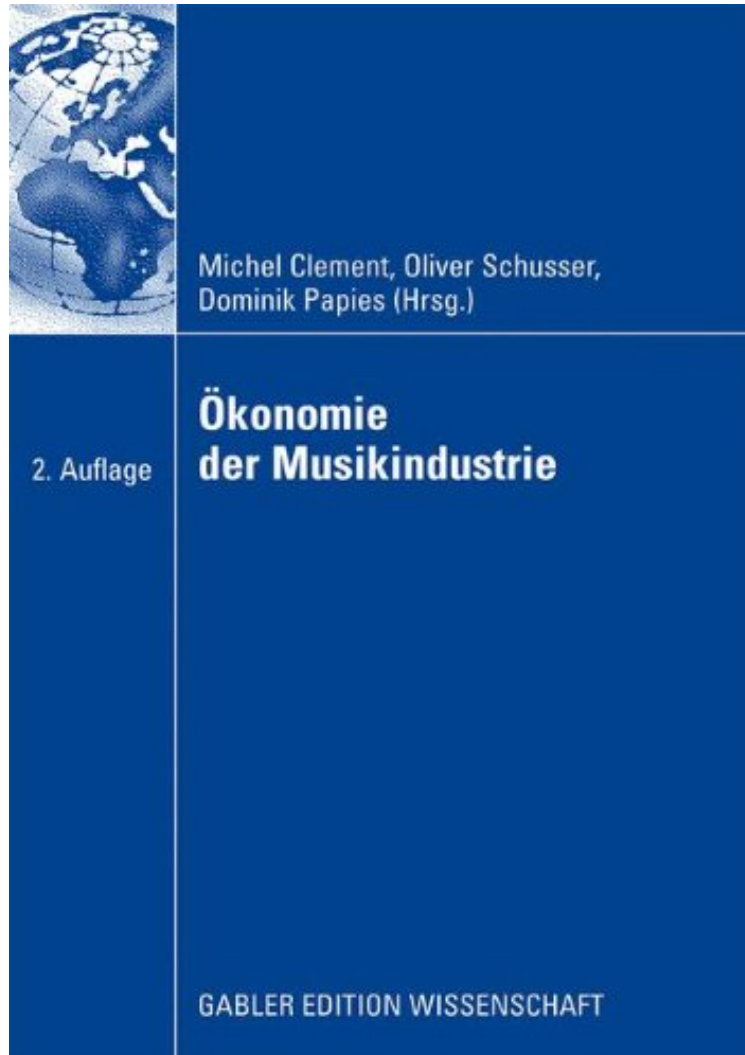


[Download free pdf] konomie der Musikindustrie

konomie der Musikindustrie

Von Gabler Verlag

*ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #1359034 in BcherVerffentlicht am: 2008-11-13Erscheinungsdatum: 2008-11-13Abmessungen: 8.27 x .62b x 5.831, .0 Pfund Einband: Taschenbuch272 Seiten | File size: 24.Mb

Von Gabler Verlag : konomie der Musikindustrie before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised konomie der Musikindustrie:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen6 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. informativ aber sperrigVon Ein KundeDas Buch bietet eine Sammlung von fachspezifischen Artikeln von Autoren, die jeweils Experten fr das abzuhandelnde Problem sind. Die Autoren selbst werden im letzten Teil des Buches auch noch einmal kurz vorgestellt.Die Autoren gehen auf die aktuelle Lage der Musikindustrie ein. Dabei haben sie darauf geachtet, einen logischen Aufbau des Buches beizubehalten. So steht am Anfang die konomische Analyse der Musikindustrie. In diesem Kapitel findet sich zum Beispiel der fr mich sehr interessante Artikel "Netzeffekte und

Lebenszyklen von Musik", der die Frage klrt, welcher Song bei welchen Hren fr welche Dauer Anklang und somit Absatz findet. Nachdem diese Grundlagen gelegt sind, geht es im dritten Kapitel weiter mit dem Management von Musik. Dabei werden die wichtigsten Bereiche abgehandelt, nmlich Wertschpfungskette, AR, Recording und Production, Marketing und Sales und nicht zuletzt der Vertrieb. Gerade zum letzten Thema bietet das Buch einige erhellende Passagen fr Online-Distribution von Musik, die Zukunft gebndelter Angebote (Musik-Alben) in physischer und nicht-physischer Form. Das vierte Kapitel befasst sich mit den neuen Technologien im Musikbereich. Hier wird noch einmal das Thema Distribution ber das Internet und P2P-Techniken vertieft. Auch das Digital-Rights-Management wird hier unter vertriebstechnischen Gesichtspunkten beleuchtet. Das Buch wendet sich in vorliegender Form sicher nicht an den Hobby-Musiker, der sich einen ersten berblick ber das Musikbusiness verschaffen mchte. Man merkt deutlich, dass die Herausgeber und Autoren keine Scheu davor haben, Fachtermini zu verwenden, ohne diese auch nur in einer Funote zu erklren. Dies hat zunchst den Nachteil, dass der geneigte Leser einiges an Querstudium einschieben muss, will er den Text auch wirklich verstehen. Weniger Probleme drften BWL-Erprobte haben. Auf der anderen Seite eignet man sich auf diese Weise zugleich ein entsprechendes Fachvokabular an und kann in etwaigen spteren Diskussionen und Verhandlungen mitreden, ohne dauernd nachfragen zu mssen. Wer Fachtermini nicht scheut, dem bietet das Buch einen Anhalt dafr, in welcher Phase sich die Musikindustrie derzeit befindet. Interessant drfte das Buch vor allem fr diejenigen sein, die sich mit dem Gedanken tragen als einer der "Player" in der Musikindustrie fu zu fassen. Es finden sich in diesem Buch mehrere Hinweise darauf, an welchen Stellen der Musikindustrie - insbesondere im Bereich der Online-Distribution - derzeit noch Nischen zu besetzen sind.

Kurzbeschreibung Top-Manager der Musikindustrie und Experten aus der Wissenschaft analysieren in diesem Sammelband die konomischen Gegebenheiten der Musikindustrie und des Produkts Musik. Sie leiten Implikationen fr das Wertschpfungsmanagement von Musik ab und zeigen, wie das bisherige Geschft der Musikindustrie durch neue Technologien systematisch erweitert wird. Buchrckseite Musik fasziniert die Menschen, und Rhythmen begeistern Millionen in Konzerten, Clubs und Autos. Dennoch befindet sich die Musikindustrie in der Krise. Seit Jahren gehen die Umstze weltweit zurck. Die vielen neuen, aber auch die alten Herausforderungen, denen sich die Musikindustrie gegenber sieht, sind durch neue Technologien, Marketingaktionen und Trends geprgt. Top-Manager der Musikindustrie und Experten aus der Wissenschaft analysieren in diesem Sammelband die konomischen Gegebenheiten der Musikindustrie und des Produkts Musik. Sie leiten Implikationen fr das Wertschpfungsmanagement von Musik ab und zeigen, wie das bisherige Geschft der Musikindustrie durch neue Technologien systematisch erweitert wird. In diesem Standardwerk werden die grundlegenden Gesetze der Musikindustrie diskutiert und deren Vernderungen durch das Internet aufgezeigt. Die 2. Auflage greift die aktuellen Marktentwicklungen in der Musikindustrie auf, kombiniert sie mit neuen wissenschaftliche Erkenntnissen und diskutiert die daraus resultierenden Implikationen fr Forschung und Praxis. ber den Autor und weitere Mitwirkende Prof. Dr. Michel Clement ist Inhaber des Lehrstuhls fr Marketing und Medienmanagement der Universitt Hamburg. Dr. Oliver Schusser ist Direktor iTunes Europe bei Apple. Dipl.-Kfm. Dominik Papies ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl fr Marketing und Medienmanagement der Universitt Hamburg.