

Vorwort.....	1
Social Software Engineering – Modelle und Modellierung	3
<i>Zusammenfassung</i>	<i>3</i>
1. Einleitung.....	3
2. Eigenschaften und Entwicklung von Social Software Anwendungen.....	5
3. Anforderungen an Modelle und Modellierung	11
4. Vorgehensmodell für Social Software Engineering	14
5. Modellierung von Social Software.....	15
6. Ausblick	22
Literatur.....	23
Modelle zur Optimierung der Einflüsse in einer sozialen Netzwerkstruktur	25
<i>Zusammenfassung</i>	<i>25</i>
1. Einleitung.....	25
2. Relevante Studien.....	28
3. Allgemeine Diffusionsmodelle	32
4. Nicht-Netzwerk basierende Modelle	34
5. Netzwerk basierende Modelle.....	35
6. Threshold Modell	36
7. Cascade Modell	37
8. Algorithmische Darstellungen in Threshold- und Cascade Modellen	39
9. Ein Modellvorschlag.....	40
10. Schlussfolgerung	42
Literatur.....	43
Soziale Netzwerke und Informationsnetzwerke	47
<i>Zusammenfassung</i>	<i>47</i>
1. Einleitung	47
2. Soziale Netzwerke	49
2.1. Struktur Sozialer Netzwerke	49
2.2. Data Mining und Text Mining in Sozialen Netzwerken.....	51
2.3. Link Analyse und Page-Ranking.....	51
2.4. Verbreitung von Epidemien	52
2.5. Analyse von Märkten	52

2.6. Spieltheorie.....	53
2.7. Netzwerk-Effekte	53
3. Informationsnetzwerke.....	54
3.1. Kodieren von Netzwerken (Network Coding).....	54
3.2. Betrugserkennung in der Logistik	56
3.3. Weitere Aspekte von Informationsnetzwerken.....	56
4. Zusammenfassung	57
Literatur.....	58
Eine Analyse des Nachbarschaftsbegriffs unter dem Aspekt des Nachbarschafts- effekts	61
<i>Zusammenfassung</i>	<i>61</i>
1. Einleitung	61
2. Migration in der Türkei	67
3. Das Wahlsystem in der Türkei und der Stand in Beykoz	69
4. Visualisierung der Wahlergebnisse und Bodenrichtwerte	70
5. Geostatistik und Nachbarschaftseffekt.....	74
6. Schlussfolgerung	77
Literatur.....	79
Business Engineering mit Referenzmodellen.....	81
<i>Zusammenfassung</i>	<i>81</i>
1. Einleitung	82
2. Business Engineering	83
2.1. Begriff des Business Engineering.....	83
2.2. Modelle des Business Engineering.....	84
3. Referenzmodelle.....	85
3.1. Referenzmodellbegriff	85
3.2. Beispiele von Referenzmodellen	87
3.3. Propagierte Vorteile der Referenzmodellierung.....	91
3.4. Techniken der Adaption von Referenzmodellen im Business Engineering.....	92
4. Barrieren für die Verwendung von Referenzmodellen	94
5. Abbau von Barrieren für die Adaption von Referenzmodellen	96
6. Fazit.....	98
Literatur.....	99

Erfolgsfaktorenanalyse zur Strategischen IT-Planung und Kontrolle	101
<i>Zusammenfassung</i>	<i>101</i>
1. Einleitung	101
2. Erfolgsfaktorenanalyse	102
3. Definition der Erfolgsfaktoren.....	103
4. Festlegen der Teilnehmer an der Umfrage.....	103
5. Formulieren des Fragebogens	104
6. Datensammlung.....	105
7. Datenanalyse und –visualisierung	105
8. Dateninterpretation und –präsentation.....	106
9. Erfolgsfaktorenanalyse – Fallstudie	106
10. Definition der Erfolgsfaktoren.....	109
11. Datensammlung und –erhebung.....	110
12. Datenanalyse	110
13. Graphische Präsentation der Befunde und Auswertung der Ergebnisse	112
14. Zusammenfassung	119
Literatur.....	121
Effektives Informationsmanagement am Beispiel des Vendor Managed Inventory	123
<i>Zusammenfassung</i>	<i>123</i>
1. Einleitung	123
2. Unterstützte Geschäftsprozesse und Einsatzschwerpunkte des VMI	126
2.1. Einfache Nachschubplanung und -steuerung eines etablierten Produktes mit gleichmäßigem oder saisonal schwankendem Abverkauf bzw. Verbrauch.....	127
2.2. Nachlieferung für und während geplanter Werbemaßnahmen	129
2.3. Planung der Verkäufe in der Einführungsphase neuer Produkte – Neulistungen.....	131
2.4. Produktauslauf – Auslistung	133
2.5. Retouren.....	133
3. Effektives Informationsmanagement im VMI.....	134
3.1. VMI ist einfaches MRP?!	134

3.2.	Informationsmanagement im VMI	134
3.2.1.	Reporting und Verwaltung von Historiendaten	134
3.2.2.	Komplexitätsreduktion durch Benachrichtigungssysteme bei Planabweichungen und abweichungsbetriebene Neuplanung	135
3.3.	Abgeleitete Komponenten eines VMI-Systems.....	137
4.	Fazit und wesentliche Aspekte	137
	Literatur.....	138
Mobile Business – the development of the European Market and the perspective for Turkey.....		139
	<i>Summary</i>	139
1.	Introduction	139
1.1.	Background	139
1.2.	Problem & aim of article.....	140
2.	The latest infrastructure	140
3.	The basics of Mobile Business.....	141
3.1.	Mobile Business – definitions and delimitations.....	141
3.2.	Mobile Devices	142
3.3.	Players in the Mobile Business industry	143
3.4.	Applications of Mobile Business	143
3.5.	Conclusion.....	145
4.	Mobile Business in Europe	145
4.1.	Mobile Communication	145
4.2.	Mobile data services vs. mobile telephony	146
4.3.	Mobile Internet.....	146
4.4.	Mobile Entertainment.....	147
4.5.	Mobile Marketing	148
4.6.	Mobile Payment.....	149
4.7.	Conclusion.....	150
5.	Mobile Business in Turkey	150
5.1.	Mobile Communication	150
5.2.	Mobile Internet.....	151
5.3.	Mobile Entertainment.....	151

Inhalt	V
5.4. Mobile Marketing	152
5.5. Mobile Payment.....	152
5.6. SWOT-Analyse	153
5.7. Conclusions	153
6. Conclusion and Author's note	154
Bibliography	155
Aggregation und kontextuelle Auswertung von Daten aus verschiedenen Quellen durch Abbildung auf eine Ontologie.....	157
<i>Zusammenfassung</i>	157
1. Einleitung	157
2. Grundlagen des Semantic Web	158
3. Modellierung eines Beispiels	159
4. Weitere Entwicklungsmöglichkeiten.....	164
5. Fazit	165
Literatur.....	166
Wertorientierung in der Wirtschaftsinformatik am Beispiel von SOA	167
<i>Zusammenfassung</i>	167
1. Einleitung	167
2. Serviceorientierte Architekturen als Design-Paradigma.....	168
2.1. Ziele einer SOA	169
3. Unternehmenswert als Erfolgsmaßstab für die Beurteilung einer SOA.....	172
4. Fazit	180
Literatur.....	181