

1. Monographien und Herausgeberschaften

Sjurts, Insa (2003): Der Mobilfunkmarkt im Umbruch - Eine strategische und innovationsökonomische Analyse (mit E. Gerum und N. Stieglitz), Wiesbaden.

Sjurts, Insa (2005): Strategien in der Medienbranche, 3. vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden.

Sjurts, Insa (2004): Medienmanagement, Berlin.

Sjurts, Insa (Hrsg.) (2004): Strategische Optionen in der Krise. Wie Medienunternehmen den Wandel bewältigen, München.

Sjurts, Insa (2006): Gabler Kompakt-Lexikon Medien, Wiesbaden.

Sjurts, Insa (2008): Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven in der digitalen Medienwelt, Wiesbaden.

Sjurts, Insa (2011): Lexikon der Medienwirtschaft - Ökonomische, kommunikationswissenschaftliche, juristische und technische Grundbegriffe, 2. Aufl., Wiesbaden.

Sjurts, Insa (2014): Frauenkarrieren in der Medienbranche - Auf was es ankommt, Wiesbaden.

2. Zeitschriftenaufsätze und Beiträge in Sammelbänden

Sjurts, Insa (2003): Strategien im Markt für Anzeigenblätter. In: Brösel, G./Keuper, F. (Hrsg.): Medienmanagement. Aufgaben und Lösungen, München und Wien, S. 327-342.

Sjurts, Insa/Kanstinger, W. (2003): Medienmanagement. In: Bentele, G./Brosius, H.-B./Jarren, O. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation, Opladen, S. 523-538.

Sjurts, Insa (2004): Organisation der Contentproduktion. Strategische Alternativen aus organisatorischer Sicht. In: Sydow, J./Windeler, A. (Hrsg.): Organisation der Content-Produktion, Wiesbaden, S. 18-36.

Sjurts, Insa (2004): Einfalt trotz Vielfalt in den Medienmärkten: Eine ökonomische Erklärung. In: Friedrichsen, M./Seufert, W. (Hrsg.): Effiziente Medienregulierung, Baden-Baden, S. 71-87.

Sjurts, Insa (2004): Der Markt wird's schon richten!? Medienprodukte, Medienunternehmen und die Effizienz des Marktprozesses. In: Altmeppen, K.-D./Karmasin, M. (Hrsg.): Medien und Ökonomie, Bd. 2: Problemfelder der Medienökonomie, Opladen, S. 159-181.

Sjurts, Insa (2004): Outsourcing und Insourcing. In: Schreyögg, G./Werder, A. v. (Hrsg.): Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation, 4. Aufl., Stuttgart, S. 1108-1114.

Sjurts, Insa (2004): Medienkrise und Unternehmensstrategien der Global Player: Persistenz vs. Dekonstruktion der Wertschöpfungsketten. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Medienhandbuch 2004/2005, Baden-Baden, S. 100-111.

Sjurts, Insa (2004): Think global, act local. Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 15, S. 22-29.

Sjurts, Insa (2004): 98 Stichworte zu den Themenbereichen Contentproduktion, Contentkombination und Distribution von Medienprodukten. In: Sjurts, I. (Hrsg.): Lexikon der Medienwirtschaft, Wiesbaden.

Sjurts, Insa (2004): Medienmanagement. In: Gabler Wirtschaftslexikon, Wiesbaden, S. 2013-2016.

Sjurts, Insa (2004): Media Management: Research and teaching at German universities, International Media Management Academic Forum, Chicago.

Sjurts, Insa (2004): Vom Mono-Erlösmodell zur multiplen Erlösstruktur. Handlungsoptionen im deutschen Fernsehmarkt 2003. In: Radke, P./Ottler, S. (Hrsg.): Aktuelle Strategien von Medien-unternehmen - Ergebnisse der Ravensburger Mediengespräche, Ravensburg, S. 33-43.

Sjurts, Insa/Gerum, Elmar/Stieglitz, Nils (2004): Industry convergence and the transformation of the mobile telecommunications system of innovations, 15th IST Biennial Conference, Berlin.

Sjurts, Insa/Stieglitz, Nils (2004): Outsourcing - theoretische Grundlagen. In: Achenbach, W./Moormann/Schober, H. (Hrsg.): Sourcing und Deconstruction in der Bankwirtschaft - Stand und Perspektiven des Outsourcing, Frankfurt, S. 3-22.

Sjurts, Insa (2005): Medienmanagement. In: Weischenberg, S./Kleinsteuber, H. J./Pörksen, B. (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz, S. 246-250.

Sjurts, Insa (2005): Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. In: Budäus, D. (Hrsg.): Governance von Profit- und Nonprofit-Organisationen in gesellschaftlicher Verantwortung, Wiesbaden, S. 165-182.

Sjurts, Insa/Malzanini, Bernd (2007): Medienrelevante verwandte Märkte. In: Medienwirtschaft, 4. Jg., S. 42-46.

Sjurts, Insa (2009): Zwischen Konsolidierung und Wachstum: Die Strategien der größten Medienkonzerne der Welt am Ausgang der Medienkrise. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien, 28. Aufl., Baden-Baden, S. 89-104.

Sjurts, Insa (2009): Medienmanagement. In: Gabler Wirtschaftslexikon, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/72010/medienmanagement-v5.html>.

Sjurts, Insa (2010): Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung - Der vierte Medienkonzentrationsbericht der KEK. In: Medienwirtschaft, 7. Jg., H. 4, S. 32-42.

Sjurts, Insa (2010): Nationale Märkte und Multimedia-Alleskönner: Eine Herausforderung für die Sicherung der Meinungsvielfalt. In: Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht (ITM) (Hrsg.): Vom Bau des digitalen Hauses, Berlin, S. 209-218.

Sjurts, Insa/Strube, Mania (2010): Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. In: Medienwirtschaft, 7. Jg., S. 12-22.

Sjurts, Insa/Wolter, Lisa-Charlotte (2011): Return On Investment – Alles, was zählt. In: Markenartikel, Heft 12/2011, S. 50-54.