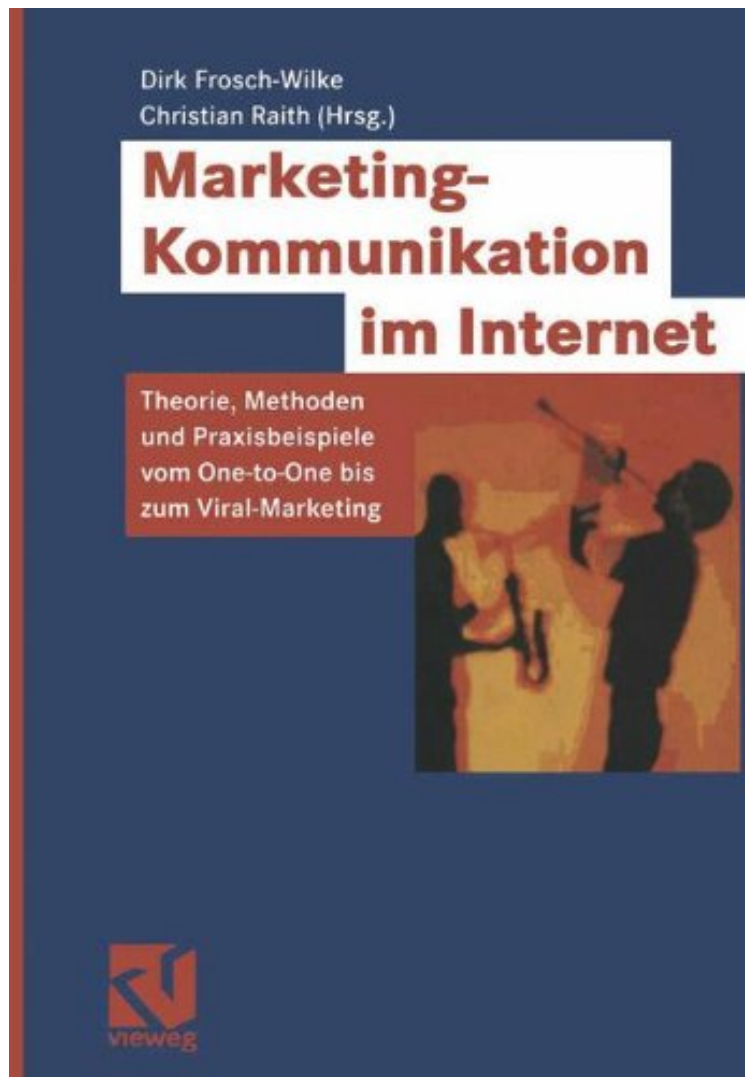


(Read free ebook) Marketing-Kommunikation im Internet: Theorie, Methoden und Praxisbeispiele vom One-to-One bis zum Viral-Marketing

Marketing-Kommunikation im Internet: Theorie, Methoden und Praxisbeispiele vom One-to-One bis zum Viral-Marketing

Von Vieweg Verlag
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #2121048 in BcherVerffentlicht am: 2002-07-29Abmessungen: 9.57 x .75b x 6.85l, 1.32 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe280 Seiten | File size: 26.Mb

Von Vieweg Verlag : **Marketing-Kommunikation im Internet: Theorie, Methoden und Praxisbeispiele vom One-to-One bis zum Viral-Marketing** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing-Kommunikation im Internet: Theorie, Methoden und Praxisbeispiele vom One-to-One bis zum Viral-Marketing:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen3 von 7 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute

Mischung aus Theorie und Praxis Von Ein Kunde Fr alle, die sich im Studium oder Beruf (so wie ich) mit dem Thema Online-Marketing-Kommunikation (Werbung, PR etc.) beschäftigen wollen/müssen, bietet dieses Buch einen umfassenden Überblick. Den Herausgebern ist es gelungen einen sehr illustren Kreis von Praktikern und Wissenschaftlern als Autoren zu gewinnen. Dies beginnt bereits mit dem sehr interessanten Geleitwort, das von dem - zumindestens in Deutschland - bekanntesten Marketingexperten, Kai Hiemstra, verfasst worden ist. Ein weiteres Beispiel: Das Thema Online-Werbung wird von keinem geringeren als Arndt Groth (Vorstand Interactive Media, früher GF Doubleclick Deutschland) behandelt. Wolfgang Bscheid (GF plan.net) entwickelt in dem Buch eine sehr interessante Theorie zum Unterschied zwischen Online- und Offline-Marketing sowie zur zukünftigen Entwicklung des Online-Marketings -- lesenswert. Mir hat dieses Buch interessante Einblicke vermittelt. 0 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gute Mischung aus Theorie und Praxis Von Ein Kunde In diesem Buch beleuchten Praktiker und Wissenschaftler aus unterschiedlichen Perspektiven eine Vielzahl von Aspekten der Online-Marketingkommunikation. Den Herausgebern ist es hierbei gelungen namhafter Praktiker für Beiträge zu gewinnen. So hat der große alte Herr des Online-Marketings, Kai Hiemstra, ein lesenswertes Geleitwort geschrieben. Das Thema Online-Werbung wird von zum Beispiel niemand anders als Arndt Groth (Vorstandsvorsitzender Interactive Media, davor Geschäftsführer Double Click Deutschland) bearbeitet. Diese Liste lässt sich fortsetzen ! Insgesamt ein sehr gelungenes Werk, das durch seine inhaltliche Breite (ohne dabei oberflächlich zu werden), die kompetenten Autoren und einer gesunden Mischung aus Theorie und Praxis überzeugt. Für alle, die sich mit dem Thema Marketing-Kommunikation in neuen Medien auseinandersetzen wollen, sei es aus beruflichen Gründen (wie in meinem Fall) oder im Rahmen ihres Studiums, ist dieses Buch zu empfehlen.

Werbetext Erfolgreich kommunizieren im Internet Kurzbeschreibung Das Buch zeigt die notwendigen Grundlagen, Methoden und Instrumente, wie Online-Kommunikationsinstrumente erfolgreich im Unternehmen eingesetzt werden können. Es gibt einen umfassenden und aktuellen Überblick über die Online-Instrumente der Marketing-Kommunikation. Zusammen mit zahlreichen Praxisbeispielen bedeutender Unternehmen wird dieses Buch zu einem aktuellen und nützlichen Leitfaden für eine erfolgreiche Praxis. Buchrückseite Das Buch zeigt die notwendigen Grundlagen, Methoden und Instrumente, wie Online-Instrumente erfolgreich im Unternehmen eingesetzt werden können, insbesondere in der Marketing-Kommunikation. Zusammen mit zahlreichen Praxisbeispielen bedeutender Unternehmen wird dieses Buch zu einem aktuellen und nützlichen Leitfaden für eine erfolgreiche Praxis. Der Inhalt Online-Werbung Online-Verkaufsförderung Online-Öffentlichkeitsarbeit Personalisierte Online-Kommunikation Permission Marketing Viral-Marketing Die Zielgruppen Marketingverantwortliche in Unternehmen Leiter von E-Commerce- und Online-Marketing-Projekten Unternehmensberater Dozenten und Studenten der Betriebswirtschaftslehre (mit Schwerpunkt Marketing) und Wirtschaftsinformatik Die Herausgeber Prof. Dr. Dirk Frosch-Wilke, Direktor und Professor am Institut für WI der FH Kiel und ist als Leiter von E-Commerce-Seminaren und Unternehmensberater für E-Commerce- und CRM-Projekte tätig. Christian Raith, Dipl. Betriebswirt (FH), war bereits während des Studiums Leiter von E-Commerce-Projekten und ist seit 2001 Unternehmensberater im Bereich E-Business. Die Reihe Business Computing