

(Free download) Marketing mit Interaktiven Medien. Strategien zum Markterfolg.

Marketing mit Interaktiven Medien. Strategien zum Markterfolg.

Von Snke Albers, Michel Clement, Kay Peters
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #1886460 in BcherVerffentlicht am: 1998Einband: Broschiert378 Seiten
| File size: 32.Mb

Von Snke Albers, Michel Clement, Kay Peters : Marketing mit Interaktiven Medien. Strategien zum Markterfolg. before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing mit Interaktiven Medien. Strategien zum Markterfolg.:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein lesenswertes Buch, von Profis fr ProfisVon Matthias RunteSoweit ich wei ein absolut einzigartiges Buch in der deutschsprachigen Fachwelt!!! Absolut empfehlenswert.

Der Verlag ber das BuchOnline-Medien entwickeln sich in rasant zunehmendem Mae zu einem zentralen Kommunikationsinstrument. Sie bilden eine Art neuer ffentlichkeit: vernetzt, dynamisch und kontinuierlich in Bewegung. Das vorliegende Buch soll Einsteigern und Fortgeschrittenen helfen, die Gesetze, Strukturen und Potentiale des Internets kennenzulernen und sie fr die Public Relatios nutzbar zu machen. PR im Netz versteht sich als ein Handbuch, das dem Leser den Weg von den ersten Online-Pressaktivitten hin zur professionellen Gestaltung komplexer Online-Relations weist. Die Autoren beschreiben PR im Netz als festen Bestandteil im Instrumentenmix integrierter Unternehmenskommunikation . Online-Relations fillt insofern auch eine branchenpolitische Rolle zu: die vorhandenen und noch zu entwickelnden Potentiale im Kontext der Nachbardisziplinen wie etwa Werbung, Marketing und Mitarbeiterkommunikation nachhaltig zu etablieren. Dieser Band bietet fr professionelle Online-Worker und alle, die es noch werden wollen, eine ber den Tag hinausreichende Hilfe und Orientierung fr die PR-Praxis. Wohl wissend, da ein Tag im Cyberspace kurz ist. Die Praxisbeispiele: PR im Netz beinhaltet sechs beispielhafte Darstellungen aus der Praxis von Wirtschaft, Politik und Medien: Bertelsmann AG, CDU/CSU-Fraktion, dpa, Hoechst AG, Redland Braas Building Group GmbH und SAP AG.ber den Autor und weitere MitwirkendeSnke Albers, Prof. Dr., ist seit Oktober 1999 Inhaber des Lehrstuhls fr Innovation, Neue Medien und Marketing an der Universitt Kiel, nachdem er seit 1990 den Lehrstuhl fr Marketing innehatte und seit 1995 Direktor des Instituts fr betriebswirtschaftliche Innovationsforschung ist. Seit Oktober ist er Sprecher des Graduiertenkollegs "Betriebswirtschaftliche Aspekte lose gekoppelter Systeme im Zeitalter elektronischer Medien". Michel Clement, Dr., ist Gesellschafter, Grnder und Vice President der snoopstar.com GmbH. Zuvor war er als Technologie-Consultant im Think Tank der Bertelsmann AG ttig. Im Rahmen dieser Ttigkeit wurde der Vorstand der Bertelsmann AG bzw. deren Tochtergesellschaften hinsichtlich neuer Ventures beraten. Kay Peters, Dipl.-Kfm., ist seit 1997 Geschftsfhrender Gesellschafter der DWH Decision Warehouse GmbH, Hamburg, und Doktorand am Lehrstuhl fr Marketing an der Universitt Kiel. Er promoviert ber die Diffusion von TK- bzw. Online-Diensten. Bernd Skiera, Prof. Dr., ist Inhaber des ersten Lehrstuhls fr Electronic Commerce in Deutschland an der Johann Wolfgang Goethe-Universitt Frankfurt am Main. Zielsetzung seiner Ttigkeit am Lehrstuhl ist das Herausarbeiten der im Internet vorliegenden konomischen Prinzipien und deren Ausnutzen fr erfolgreiche unternehmerische Entscheidungen.