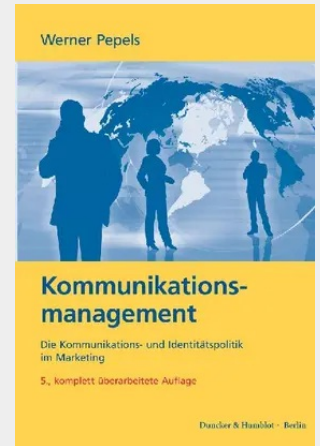


Kommunikationsmanagement

Die Kommunikations- und Identitätspolitik im Marketing

Der Klassiker der deutschsprachigen Werbeliteratur (1. Auflage: 1994) wurde für die nunmehr fünfte Auflage komplett überarbeitet, aktualisiert und zudem im Umfang gestrafft. Zahlreiche praktische Beispiele verstärken den Praxisbezug. Die Inhalte decken das komplette Spektrum des Kommunikations-Managements in Breite und Tiefe ab. Das Werk ist an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Management positioniert. Von wissenschaftlichen Werken übernimmt es die Strukturierung und Analytik der Themenaufbereitung. In Abgrenzung zu diesen richtet es sich aber immer auf die konkrete Umsetzbarkeit der Inhalte und nicht primär auf den rein akademischen Erkenntnisgewinn. Von gängiger Praktikerliteratur unterscheidet es sich durch seinen systematischen Aufbau und die langjährig erprobte didaktische Konzeption. Diese Schnittstellenpositionierung entspricht im Übrigen dem Erfahrungshintergrund des Autors. Das Werk wendet sich gleichermaßen an Kommunikations-Manager in Industrie und Dienstleistung sowie an Studierende mit Vertiefung Marketing und Kommunikation an wissenschaftlichen und angewandten Hochschulen sowie gehobenen Qualifizierungseinrichtungen.

Der Klassiker der deutschsprachigen Werbeliteratur (1. Auflage: 1994) wurde für die nunmehr fünfte Auflage komplett überarbeitet, aktualisiert und zudem im Umfang gestrafft. Zahlreiche praktische Beispiele verstärken den Praxisbezug. Die Inhalte decken das komplette Spektrum des Kommunikations-Managements in Breite und Tiefe ab. Das Werk ist an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Management positioniert. Von wissenschaftlichen Werken übernimmt es die Strukturierung und Analytik der Themenaufbereitung. In Abgrenzung zu diesen richtet es sich aber immer auf die konkrete Umsetzbarkeit der Inhalte und nicht primär auf den rein akademischen Erkenntnisgewinn. Von gängiger Praktikerliteratur unterscheidet es sich durch seinen systematischen Aufbau und die langjährig erprobte didaktische Konzeption. Diese Schnittstellenpositionierung entspricht im übrigen dem Erfahrungshintergrund des Autors. Das Werk wendet sich gleichermaßen an Kommunikations-Manager in Industrie und Dienstleistung sowie an Studierende mit Vertiefung Marketing und Kommunikation an wissenschaftlichen und angewandten Hochschulen sowie gehobenen Qualifizierungseinrichtungen.



49,90 €

49,90 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783428142033

Medium: Buch

ISBN: 978-3-428-14203-3

Verlag: Duncker & Humblot

Erscheinungstermin: 18.02.2014

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 5. komplett überarbeitete Auflage 2014

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 1114 g

Seiten: 743

Format (B x H): 157 x 233 mm

