

Ebert

PR-Texte

Unter Mitarbeit von Antonia Ebert

In PR-Texte fließt Wissen aus unterschiedlichen Bereichen ein. Es kommt darauf an, die Ziele des Schreibers und die Erwartungen des Adressaten auszubalancieren und dabei alle Hilfen zu nutzen, um die komplexe Tätigkeit des Textens 'in den Griff' zu bekommen. Die Grundidee des Buches besteht darin, dass Schreiben deutlich einfacher wird, wenn man die relevanten Muster und Wirkungszusammenhänge von Sprache kennt und durchschaut. Textmuster sind Erzählen, Beschreiben, Begründen, Anweisen und Erklären. Textsorten sind beispielsweise Leitbilder, Newsletter, Unternehmensporträts oder Pressemitteilungen. Alle in der internen und externen Kommunikation von Organisationen relevanten Textsorten werden in dem Buch nach einem einheitlichen Prinzip vorgestellt und mit vorbildlichen Beispielen illustriert. In weiteren Kapiteln geht der Autor auf PR-Texten als strategisches Handeln, die Arenen der PR-Kommunikation, die Textqualität, rhetorische Wirkungszusammenhänge und Techniken des Framings ('Rahmens' von Botschaften) sowie auf die besonderen Bedingungen des Textens für das Social Web ein.



29,99 €

28,03 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783744504133

Medium: Buch

ISBN: 978-3-7445-0413-3

Verlag: Herbert von Halem Verlag

Erscheinungstermin: 30.04.2014

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2014

Serie: PR Praxis

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 376 g

Seiten: 242

Format (B x H): 150 x 220 mm

