

Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web

Die Neuauflage des deutschsprachigen Standardwerks zur Online-Kommunikation zeigt Herausforderungen, Konzepte und Instrumente aus Sicht des Kommunikationsmanagement auf. Namhafte Autoren aus Wissenschaft und Praxis geben in 30 Beiträgen einen systematischen Überblick zu Strukturen, Prozessen, Tools und Best Practices. Der Wandel einzelner Handlungsfelder wie Medienarbeit, interne Kommunikation und Public Affairs wird ebenso thematisiert wie die Besonderheiten von Online-Monitoring, Kampagnenführung im Netz, Personalisierung oder Storytelling. Für die Neuauflage sind Beiträge zu Mobile Media, Facebook-Kommunikation, Employer Branding und Personalkommunikation sowie Evaluation und Erfolgskennzahlen hinzugekommen; zudem wurden alle Texte aktualisiert und erweitert. Die Beiträge zeigen, dass es nicht ausreicht, digitale Kommunikation als neuen Baustein in herkömmliche Strategien einzubauen. Stattdessen ist ein grundlegendes Umdenken notwendig. Das Zeitalter der Massenmedien geht zu Ende. Wer für professionelle Kommunikation verantwortlich ist, muss den Wandel verstehen, soziale und technologische Rahmenbedingungen adaptieren sowie neue Strategien entwickeln. Jenseits schnelllebiger Moden geht es vor allem darum, geeignete Rahmenbedingungen zu schaffen und die Stärken beziehungsweise Schwächen verschiedener Ansätze zu verstehen. Dies leistet das wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe 'Handbuch Online-PR' mit zahlreichen Fallbeispielen.



49,99 €

46,72 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783744507097

Medium: Buch

ISBN: 978-3-7445-0709-7

Verlag: Herbert von Halem Verlag

Erscheinungstermin: 30.06.2017

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2. überarbeitete und erweiterte Auflage 2017

Serie: PR Praxis

Produktform: Gebunden

Gewicht: 1115 g

Seiten: 494

Format (B x H): 175 x 246 mm

