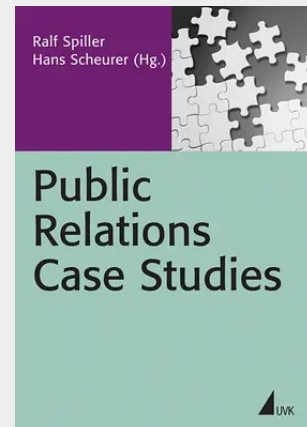


Public Relations Case Studies

Fallbeispiele aus der Praxis

Wie sollte ein Start-Up-Unternehmen in einem gesättigten Markt kommunizieren? Wie baut man Akzeptanz für eine unbekannte Technik auf? Wie müssen Mitarbeiter bei komplexen Veränderungsprozessen angesprochen werden? Anhand von 23 realen Fallbeschreibungen gibt der Band einen aktuellen Einblick in die Praxis der Public Relations. Die Beiträge decken ein breites Spektrum an Aufgabenstellungen innerhalb der PR ab. Sie reichen von gängigen Themen wie interner Kommunikation, Produkt-PR und Kampagnen bis zu speziellen Themen wie Change Communication, Corporate Social Responsibility und Lobbying. Alle Fälle behandeln aktuelle relevante Fragestellungen für PR-Profis. Die einheitliche Strukturierung der Fallbeispiele erleichtert dem Leser nicht nur die Orientierung, sie macht auch Lösungsansätze und Ergebnisse vergleichbar. Im Gegensatz zu anderen Case-Study-Books decken die Autoren auch die Schwächen und Probleme auf, die bei der UmSetzung auftraten. Das Buch entstand auf Initiative der PR-Professoren der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, einer privaten Fachhochschule mit fünf Standorten in Deutschland. Die Mehrzahl der Autoren sind Professoren oder Dozenten der Hochschule und verbinden Theorie und Praxiserfahrung.



29,99 €
28,03 € (zzgl. MwSt.)

Nicht mehr lieferbar

Artikelnummer: 9783867642347
Medium: Buch
ISBN: 978-3-86764-234-7
Verlag: UVK
Erscheinungstermin: 08.04.2010
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2010
Serie: PR Praxis
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 410 g
Seiten: 280
Format (B x H): 148 x 210 mm

