



2., vollst. überarb. Aufl. 2014, XXXIII, 1347 S.
98 Abb.

 Springer Gabler

Print (Buch)

Ladenpreis

► *149,99 € (D) | 154,20 € (A) | CHF 187.00

eReference

A. Zerfaß, M. Piwinger (Hrsg.)

Handbuch Unternehmenskommunikation

Strategie - Management – Wertschöpfung

Reihe: Springer NachschlageWissen

► **Wie Kommunikation zum Erfolg beiträgt**

Die vollständig überarbeitete und aktualisierte Neuauflage des deutschsprachigen Standardwerks zur Unternehmenskommunikation zeigt, wie Kommunikation zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt, die Führung unterstützt, Handlungsspielräume schafft, Beziehungen aufbaut und die Reputation steigert. Die verstärkte Transparenz wirtschaftlichen Handelns im Zeitalter von Social Media und die Herausforderungen internationaler Kommunikation in Echtzeit stellen klassische Konzepte des Kommunikationsmanagements vor Herausforderungen. Strategien, Organisationsformen und Instrumente müssen neu konfiguriert werden. Das Handbuch Unternehmenskommunikation gibt Antworten. Es verbindet betriebswirtschaftliches Know-how mit kommunikationswissenschaftlichen Konzepten und Erfahrungen aus der Unternehmenspraxis. Vorstände und Geschäftsführer sowie Entscheider in Public Relations, Marketing, Interner Kommunikation und Finanzkommunikation erhalten in annähernd 70 Beiträgen einen umfassenden Einblick in Theorie und Praxis der Unternehmenskommunikation.

Der Inhalt

Grundlagen der Unternehmenskommunikation # Ökonomische, publizistische, rechtliche und ethische Rahmenbedingungen # Soziologische, kulturelle und psychologische Dimensionen der Kommunikation # Analyse von Umfeld und Meinungsbildung # Zieldefinition und Planung der Kommunikation # Instrumente und Plattformen # Evaluation und Wertbestimmung # Organisation, Outsourcing und Kompetenzmanagement in der Unternehmenskommunikation # Kommunikationsstrategien für zentrale Bezugsgruppen # Konzepte für besondere Kommunikationssituationen.

Die Zielgruppen

Entscheider in Unternehmen aller Größenordnungen, insbes. Geschäftsführung, PR- und Marketingverantwortliche sowie Unternehmensberater, Kommunikationsmanager und Mitarbeiter von Kommunikationsagenturen; außerdem Dozenten, Lehrbeauftragte und Studenten in Betriebswirtschaftslehre und Kommunikationswissenschaft.

Die Herausgeber

Ansgar Zerfaß ist Universitätsprofessor für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig sowie Professor in Communication and Leadership an der BI Norwegian Business School, Oslo. Manfred Piwinger ist Publizist und Unternehmensberater. Er verfügt über langjährige industrielle Erfahrungen in Managementpositionen der Kommunikation und als Lehrbeauftragter.

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany ► Call: + 49 (0) 6221-345-4301 ► Fax: +49 (0)6221-345-4229 ► Email: orders-hd-individuals@springer.com ► Web: springer.com

* € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit ** gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

