

[Download pdf] Interactive Marketing im Web 2.0+: Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet

Interactive Marketing im Web 2.0+: Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet

Von Hans H. Bauer, Dirk Große-Leege, Jürgen Rösger
*Download PDF / ePub / DOC / audiobook / ebooks



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #870572 in BcherVerffentlicht am: 2008-09-16Abmessungen: 9.76 x 1.14b x 6.69l, Einband: Gebundene Ausgabe360 Seiten | File size: 69.Mb

Von Hans H. Bauer, Dirk Groe-Leege, Jrgen Rsgger : Interactive Marketing im Web 2.0+: Konzepte und Anwendungen fr ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Interactive Marketing im Web 2.0+: Konzepte und Anwendungen fr ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Tolles Buch in der 2. Auflage!Von David BryantEin tolles Buch! Schne Beitrge, die endlich verstndlich erklren, was wirklich die Erfolgsfaktoren des Web 2.0 sind! Die Beitrge sind sehr gut fundiert und das Verstdnis leidet keineswegs darunter. Der Praktiker findet definitiv aufschlussreiche Artikel.Neben den technologischen und sozialwissenschaftlichen Grundlagen des Web 2.0 werden auch Managementkonzepte und 'instrumente behandelt.Meines Erachtens ist dieses Buch fr jeden geeignet, der sich intensiv mit dem Phnomen Web 2.0 auseinandersetzen mchte und gezielt die beschriebenen Konzepte bzw. Instrumente im operativen Tagesgeschft anwenden mchte.

KurzbeschreibungDas Web 2.0 revolutioniert das Marketing. Ehemals passive Nachfrager wandeln sich zu aktiven Koproduzenten und Mitgestaltern von produkt- und firmenbezogenen Kognitionen, Emotionen und Einstellungen. Sie beeinflussen ber das neue Internet weltweit groe Menschenmassen und der Erfolg von Unternehmensangeboten wird mehr und mehr von der Gunst der im Web 2.0 aktiven Individuen abhngig. Dieser Sammelband bndelt erstmalig praxisrelevante und wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse der aktuellen Forschung ber Verhaltensphnomene im Web 2.0. Die Kombination aus einem verstndlichen Grundlagenteil sowie weiteren Kapiteln zu den Besonderheiten des Marketingmanagements und den Instrumenten im Web 2.0 sichert einen hohen Gebrauchswert fr die Unternehmenspraxis. Interessierten Professionals im Marketing vermittelt es ein fundiertes Verstdnis ber die neu entstehenden Absatzmechanismen im Markt und gibt wertvolle Anregungen und Hilfestellung fr ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet. Der Sammelband setzt einen Meilenstein in einem Arbeitsgebiet des Marketings, dessen erhebliche Dynamik die zuknftige Marketingrealitt in hohem Mae beeinflussen wird.Die AutorenUniv.-Prof. Dr. Hans H. Bauer ist Inhaber des Lehrstuhls fr Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Und Marketing II und Wissenschaftlicher Direktor des Instituts fr Marktorientierte Unternehmensfhrung (IMU) der Universitt Mannheim.Dipl.-Volkswirt und Journalist Dirk Groe-Leege ist selbstndiger Unternehmensberater in Berlin.Jrgen Rsgger ist Grnder und Managing Partner der Interactive Marketing Group AG, Hamburg.ber den Autor und weitere MitwirkendeUniv.-Prof. Dr. Hans H. Bauer ist Inhaber des Lehrstuhls fr Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing II und Wissenschaftlicher Direktor des Instituts fr Marktorientierte Unternehmensfhrung (IMU) der Universitt Mannheim. Dipl.-Volkswirt und Journalist Dirk Groe-Leege arbeitete in verschiedenen Branchen und Unternehmen, leitete bis 2006 die Kommunikation des Volkswagen-Konzerns und ist heute selbstndiger Unternehmensberater in Berlin, spezialisiert auf die strategische Kommunikation. Er ist Geschftsfhrer der Managementberatung C4 Communications. Jrgen Rsgger ist Grnder und Managing Partner der Interactive Marketing Group AG, Hamburg, und Dozent fr Interactive Marketing an der Universitt Mannheim.