

Zanger

## Events und Messen im digitalen Zeitalter

Aktueller Stand und Perspektiven

Die Autorinnen und Autoren des Tagungsbandes diskutieren den Einfluss der Digitalisierung auf die Live Communication und liefern Erklärungsansätze für den erfolgreichen Einsatz digitaler Technologien in der Event- und Messebranche. Der Band fasst die auf der 11. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung, die am 25.10.2019 an der TU Chemnitz stattfand, vorgestellten und diskutierten aktuellen Forschungsergebnisse zum Thema Events und Messen im digitalen Zeitalter zusammen. Ergänzt wird das Schwerpunktthema durch praxisorientierte Beiträge u.a. zum Einsatz von Marketing Automation Tools in der Agenturpraxis oder zum aktuellen Stand des Einsatzes von Event-Apps im Rahmen von Events und Messen.

Die Autorinnen und Autoren des Tagungsbandes diskutieren den Einfluss der Digitalisierung auf die Live Communication und liefern Erklärungsansätze für den erfolgreichen Einsatz digitaler Technologien in der Event- und Messebranche. Der Band fasst die auf der 11. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung, die am 25.10.2019 an der TU Chemnitz stattfand, vorgestellten und diskutierten aktuellen Forschungsergebnisse zum Thema Events und Messen im digitalen Zeitalter zusammen. Ergänzt wird das Schwerpunktthema durch praxisorientierte Beiträge u.a. zum Einsatz von Marketing Automation Tools in der Agenturpraxis oder zum aktuellen Stand des Einsatzes von Event-Apps im Rahmen von Events und Messen. Der Inhalt - Virtual- und Augmented Reality in der Live Communication - Self-Service Technologies auf Events und Messen - Marketingautomation in der Event- und Messebranche Die Zielgruppen - Dozierende und Studierende der Wirtschaftswissenschaften mit dem Schwerpunkt Marketing, Vertrieb und Kommunikation - Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Event- und Messemanagement sowie Marketing Die Herausgeberin Prof. Dr. Cornelia Zanger war von 1994 bis 2020 Inhaberin des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre der Technischen Universität Chemnitz. Seit ihrer Emeritierung leitet sie die Eventforschung an der Technischen Universität Chemnitz. Sie ist Initiatorin der Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung und Herausgeberin der Schriftenreihe Marketingkommunikation und Beziehungsmarketing.



**99,99 €**  
93,45 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

**Artikelnummer:** 9783658317744  
**Medium:** Buch  
**ISBN:** 978-3-658-31774-4  
**Verlag:** Springer  
**Erscheinungstermin:** 18.09.2020  
**Sprache(n):** Deutsch  
**Auflage:** 1. Auflage 2020  
**Serie:** Research  
**Produktform:** Kartoniert  
**Gewicht:** 351 g  
**Seiten:** 257  
**Format (B x H):** 148 x 210 mm

