

Skierlo

Unternehmenskommunikation im Wandel - Der Einfluss von Social Media auf das moderne Kommunikationsmanagement im Unternehmen

Die Mediennutzung verändert sich vielerorts in einem rasanten Tempo. Aktuell sind 97% der 14-29 jährigen Deutschen und 60 Millionen aller Deutschen online, über 23 Millionen davon nutzen Facebook. Weltweit werden in dem sozialen Netzwerk täglich über 500 Jahre Videomaterial allein von YouTube angesehen. Diese Inhalte kommen zu großen Teilen von den Nutzern selbst. Wer früher mediale Inhalte lediglich konsumierte, kann sie heute via Social Media mit einem geringen finanziellen und zeitlichen Aufwand selbst erstellen und teilen. Die Grenzen zwischen privater und beruflicher sowie zwischen interner und externer Kommunikation erodieren zunehmend, während die Zahl neuer Kanäle stetig wächst. Mit Pinterest macht derzeit eine neue Social Sharing-Plattform von sich reden. Die vorliegende Arbeit untersucht, wie sich Unternehmenskommunikation durch die Möglichkeiten von Social Media verändert. Zu diesem Zweck werden Kommunikationsverantwortliche und Experten aus diversen Branchen (u.a. Deutsche Bank, Deutsche Lufthansa, Deutsche Telekom, EADS, Microsoft, ARD, OTTO, Hamburg Energie) interviewt. Dadurch soll ein umfassendes Bild der möglichen Chancen und Risiken präsentiert werden, denen sich Unternehmen aktuell und zukünftig gegenübersehen (könnten).



44,99 €

42,05 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783842893146

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8428-9314-6

Verlag: Diplomica Verlag

Erscheinungstermin: 28.02.2013

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2013

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 166 g

Seiten: 96

Format (B x H): 155 x 220 mm

