

[Download pdf] Online-PR im Web 2.0: Fallbeispiele aus Wirtschaft und Politik

## Online-PR im Web 2.0: Fallbeispiele aus Wirtschaft und Politik

Von UVK

ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1325879 in BcherVerffentlicht am: 2007-07-01Abmessungen: 8.66 x .63b x 5.711, Einband: Taschenbuch236 Seiten | File size: 78.Mb

**Von UVK : Online-PR im Web 2.0: Fallbeispiele aus Wirtschaft und Politik** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Online-PR im Web 2.0: Fallbeispiele aus Wirtschaft und Politik:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Aneinanderreihung von Blog ZitatenVon Stefan SchlossmacherLeider hat Pleil in diesem Buch die Chance vertan, Web 2.0 als Instrument fr die PR verstndlich darzustellen. Stattdessen reiht sich eine Blog Strategie an die nchste -

Erklärungsversuche, wann welche Strategie Sinn macht, sucht Pleil in mitunter seitenlangen Blogzitaten von Experten. Dann doch lieber direkt in Expertenblogs von Blog-Experten wie Klaus Eck nachlesen! 0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr gutes Buch Von Karina Dieses Buch ist eine echte Hilfe für alle, die einen Einblick in die Online-PR-Praxis suchen. Die Fallbeispiele sind schlüssig und spannend ausgewählt und beschrieben. 5 Sterne von mir!

Pressestimmen Ich kann dieses Buch jedem wärmstens empfehlen, der sich für praktische Erfahrungen von Weblogs im Geschäftsumfeld interessiert, imho der bis dato beste Einblick, den man bekommen kann. (basicthinking.de, 26.07.2007) Wir meinen: Gelungen! Sehr empfehlenswert. (management-radio.de, 01.08.2007) Es werden viele bekannte Beispiele im Detail vorgestellt, so dass man den einen sehr schönen Einblick in dieses spannende Thema erhält. (media-ocean.de, 21.07.2007) Alles in allem ein empfehlenswertes und lehrreiches Buch. (publicaffairs.twoday.net, 20.08.2007) Mit der 'Cluetrain-PR' stehe das Kommunikationsmanagement vor der Notwendigkeit grundlegender Neuausrichtung und Web 2.0 könne somit "als Katalysator für einen Wandel in der öffentlichen Kommunikation betrachtet werden" (S. 12). In diesem Lichte zeigen die fünfzehn Fallbeispiele des Buches, wie Organisationen versucht haben, dem Wandel zu begegnen. Damit bleibt das Buch über die Momentaufnahme hinaus interessant und lesenswert. (pr-guide.de, 29.11.2007) Wer verstanden hat, dass es im Wirtschaftsleben zukünftig ohne Online-PR kaum noch funktionieren wird, dem wird dieses Buch gute Hilfe leisten. (Rhein-Hunsrück Anzeiger, 16.01.2008) Das Buch ist eine optimale Ergänzung beispielsweise zum jüngst empfohlenen Buch Kommunikation im Web 2.0 von Melanie Huber. (prdienst.de, 08.09.2008) In dem Buch entwirft Pleil die erste deutschsprachige Typologie der Online - PR, vom monologischen "digitalisierten PR" bis zur dialogischen "Cluetrain-PR". Diese erlaubt es dem Praktiker, den Aktualitätsgrad seiner online - Relations - Aktivitäten zu messen und zu bewerten. (Literatur Public Relations, 2009) Kurzbeschreibung Durch Weblogs und Podcasts ändern sich auch für die Public Relations die Kommunikationsstrukturen und die Art, wie öffentliche Meinung entsteht. Wie gehen Unternehmen mit dieser Herausforderung um? Welche PR-Ziele verfolgen sie im Web 2.0 und welche Erfahrungen haben sie bislang gemacht? Diesen Fragen gehen 15 Fallstudien zu Groß- und Kleinunternehmen sowie zur Politik nach. Untersucht werden unter anderem die Anstöße von BASF, BMW, Siemens, eBay, Ikea, Spreadshirt und der Saftkellerei Walther. Erstellt wurden die Fallstudien von Studierenden der Hochschule Darmstadt. über den Autor und weitere Mitwirkende Prof. Dr. Thomas Pleil lehrt Public Relations an der Hochschule Darmstadt.