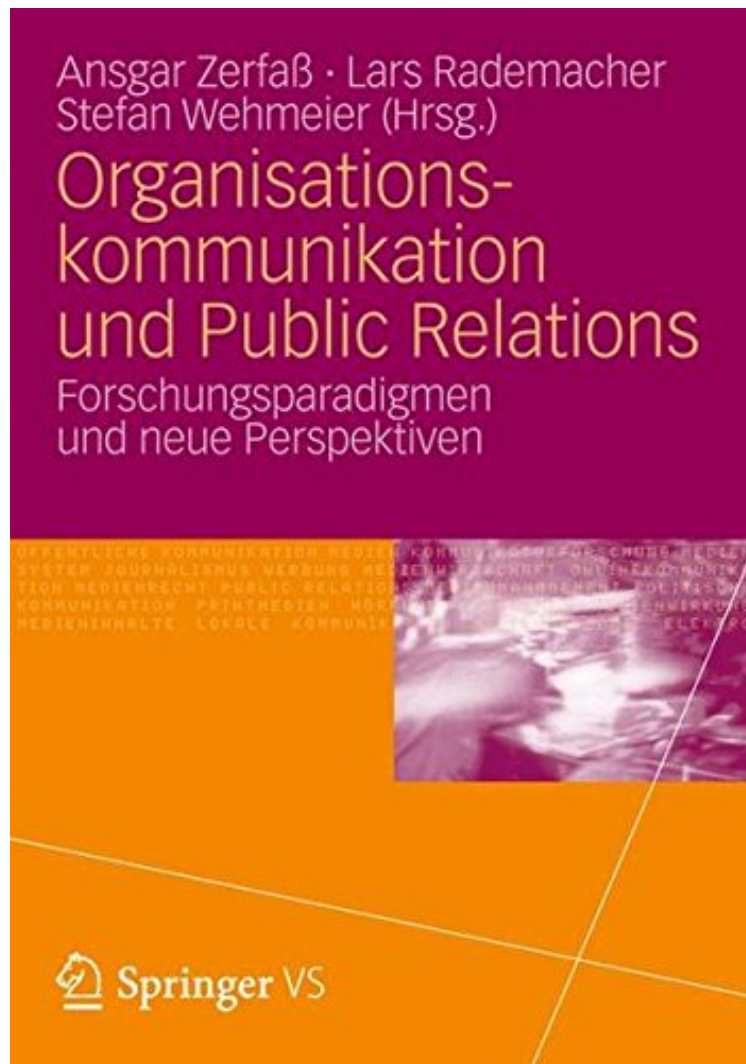


(Library ebook) Organisationskommunikation und Public Relations: Forschungsparadigmen und Neue Perspektiven (German Edition)

Organisationskommunikation und Public Relations: Forschungsparadigmen und Neue Perspektiven (German Edition)

Von Springer VS

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #885975 in BcherVerffentlicht am: 2013-03-19Erscheinungsdatum: 2013-03-19Abmessungen: 8.27 x .76b x 5.83l, .89 Pfund Einband: Taschenbuch336 Seiten | File size: 76.Mb

Von Springer VS : Organisationskommunikation und Public Relations: Forschungsparadigmen und Neue Perspektiven (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Organisationskommunikation und Public Relations: Forschungsparadigmen und Neue Perspektiven (German Edition):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Wissenschaftliche Forschungsdiskussion , jedoch nur auf auf den universitren Diskurs bezogenVon Dr.Frank Wolfram

Wagner Dieses Buch ,es hat mich gergert , erst dieser sehr verbraucherunfreundliche Preis und dann noch hat es den Sinn nicht erfüllen können ,warum ich es zum Kauf auswählte .Ich wollte mich auf ein Vorstellungsgespräch für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit / Marketing vorbereiten. Und dafür funktioniert dieses Buch nicht. Es ist teilweise umständlich geschrieben, teilweise wissenschaftlich abgehoben und teilweise haben die deutschen Autoren ihre wissenschaftlichen Aufsätze nicht ins Deutsche übertragen. Und dann auch nicht argumentationsbarrierefrei formuliert. So, zum Beispiel , der Abschnitt "Micro level applications " von Holtzhausen / Zerfa ab Seite 84. Warum ist denn image repair wichtiger als die besten Aspekte in der Öffentlichkeit zu betrachten?- Das Buch ist eine Fundgrube wichtiger Aussagen , ist ein Kapitel aber schwierig ausformuliert , findet man nicht gleich die Kernbotschaften ,was folglich in einem Buch über Kommunikation nicht akzeptabel ist. Es gibt aber auch glasklare Kapitel , die dem Leser nicht nur in deutscher Sprache, sondern auch mittels stringentem ,strukturellem Kapitelaufbau erfreuen. Das Kapitel : "Steuerung" von Preue , Röttger und Schmitt sei hier stellvertretend erwähnt .(ab Seite 134)Das Buch will das Verhältnis von Organisationskommunikation und Public Relations klären. Jedoch wird das Buch hierbei seine Leser nicht immer überall hin mitnehmen können.

Werbetext Ist der Begriff PR noch angemessen? Kurzbeschreibung Der Band diskutiert das Verhältnis von Konzeptionen der Organisationskommunikation und Public Relations. Public Relations wird in der Regel als spezifische Form oder Funktion der Kommunikation einer Organisation verstanden. Dennoch lassen sich PR-Praxis und selbst PR-Forschung betreiben, ohne dass ein expliziter Bezug auf Theorien und Konzepte der Organisation genommen werden müsste. Der Sammelband schließt diese Lücke, indem die Entwicklungslinien von PR-Theorien und Organisationskommunikation offengelegt, neue Ansätze zur Kombination beider Richtungen präsentiert und Untersuchungsfelder sowie empirische Zugänge zur internen Kommunikation von Organisationen vorgestellt werden. Buchrückseite Der Band diskutiert ein zentrales Thema für die Kommunikationswissenschaft und Organisationsforschung: das Verhältnis von Konzeptionen der Organisationskommunikation und Public Relations. Public Relations wird in der Regel als spezifische Form oder Funktion der Kommunikation einer Organisation verstanden. Dennoch lassen sich PR-Praxis und selbst PR-Forschung betreiben, ohne dass ein expliziter Bezug auf Theorien und Konzepte der Organisation genommen werden müsste. Kritiker bemängeln eben diese Vernachlässigung der Organisation, ihrer Strukturen, internen Prozesse und informellen Kommunikationen. Der Sammelband legt die Entwicklungslinien von PR-Theorien und Organisationskommunikation offen, präsentiert neue Ansätze zur Kombination beider Richtungen und stellt Untersuchungsfelder sowie empirische Zugänge zur internen Kommunikation von Organisationen vor.