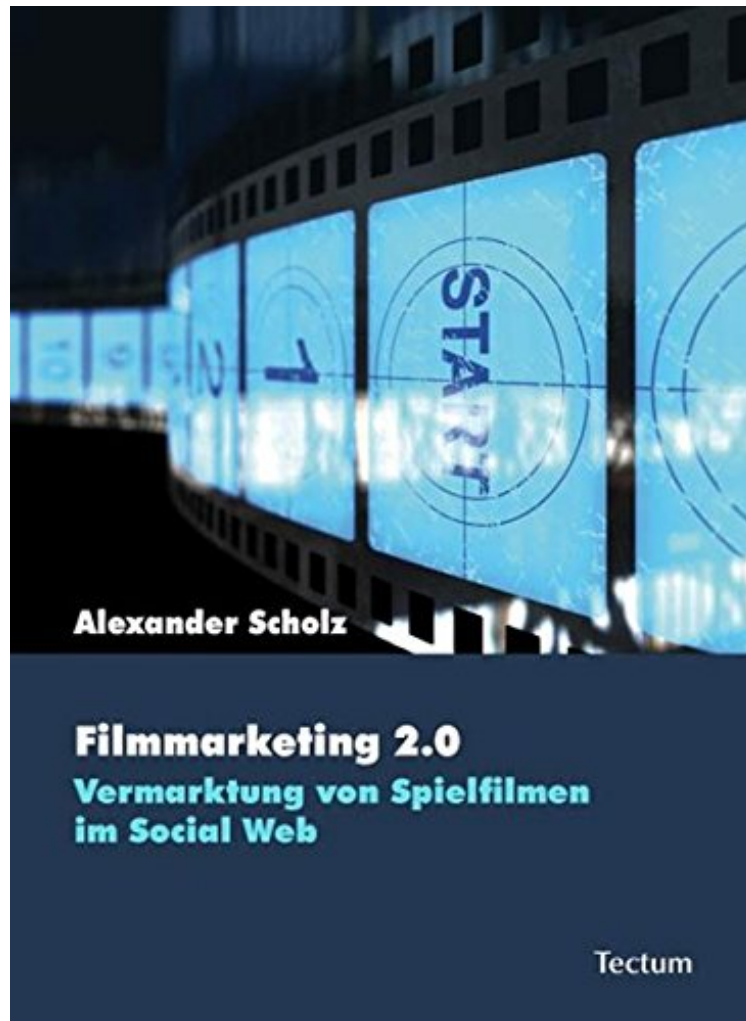


(Download pdf ebook) Filmmarketing 2.0: Vermarktung von Spielfilmen im Social Web (Wissenschaftliche Beitrge aus dem Tectum-Verlag / Medienwissenschaften)

Filmmarketing 2.0: Vermarktung von Spielfilmen im Social Web (Wissenschaftliche Beitrge aus dem Tectum-Verlag / Medienwissenschaften)

*Von Alexander Scholz
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #677091 in BcherMarke: Tectum-VerlagVerffentlicht am: 2009-11-03Abmessungen: 8.43 x .71b x 6.06l, Einband: Taschenbuch209 Seiten | File size: 76.Mb

Von Alexander Scholz : Filmmarketing 2.0: Vermarktung von Spielfilmen im Social Web (Wissenschaftliche Beitrge aus dem Tectum-Verlag / Medienwissenschaften) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Filmmarketing 2.0: Vermarktung von Spielfilmen im Social Web (Wissenschaftliche Beitrge aus dem Tectum-Verlag / Medienwissenschaften):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein

toller berblick ber Filmmarketing im Web 2.0 Von T. Urban Habe mir das Buch vor kurzem gekauft und war sehr berrascht. Trotz dass es nicht so teuer ist, bekommt man ein ber 200 Seiten starkes Buch mit zahlreichen Abbildungen. Auch inhaltlich war ich durchweg berzeugt. Das Thema wird sehr umfassend und leicht verstndlich abgehandelt und bietet einen fundierten Einblick in das Thema Filmmarketing im Web 2.0. Es ist sehr aktuell und alle Instrumentarien, die das Social Web fr die Vermarktung von Filmen bietet, werden gut beschrieben und auch auf deren Chancen und Risiken eingegangen. Auerdem bekommt man einen guten berblick ber die aktuelle Situation auf den internationalen Filmmrkten und ' was mir besonders geholfen hat ' einen sehr verstndlichen Einblick in die technischen Hintergrnde des Web 2.0. Kann ich nur empfehlen, hat mir sehr geholfen :-)

2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr nah am tglichen Job Von Jeannie Sehr gutes Buch. Alle Inhalte sind sehr verstndlich erklrt, gut bebildert und wirklich sehr nah an der tglichen Arbeit. Ist nicht nur gut, wenn man sich in das Thema allgemein einlesen mchte, sondern auch zum Nachschlagen, "wenn's mal gerade brennt". Liegt bei mir immer in greifbarer Nhe!

1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Detaillierte Darstellung der Materie bersichtlich dargestellt Von Alexander Ich hatte fr eine Hausarbeit nach wissenschaftlichen Quellen gesucht und bin dabei auf dieses Buch gestoen. Es ist bersichtlich gestaltet und bietet einen guten Einblick in die Themen klassische Instrumente des Filmmarketings, Online-Marketing und Social Networking. Auch wenn sich inzwischen einiges weiterentwickelt hat, stimmen die Grundlagen immer noch. Ein muss und Geheimtipp fr jeden, der in der Branche beruflich ttig ist, bzw. ein Studium in diesem Bereich verfolgt.

Produktbeschreibung Vermarktung von Spielfilmen im Social Web Broschiertes Buch Fr das Marketing und insbesondere fr die erfolgreiche Vermarktung von Spielfilmen bietet das Web 2.0 bisher ungeahnte Chancen, aber auch Risiken. Durch die erweiterten Kommunikationsmglichkeiten und neuen Rollenverteilungen im Social Web gewinnt das Internet gerade fr die Filmindustrie zunehmend an Bedeutung, da sich die meist junge und internetaffine Zielgruppe hier am schnellsten und effektivsten erreichen lsst. Alexander Scholz erlutert, wie sich die Potentiale des Web 2.0 fr die Filmindustrie nutzen lassen: Nach einem allgemeinen berblick ber den aktuellen Spielfilmmarkt sowie einer Einfhrung in das Thema Filmmarketing werden die technologischen Grundlagen des Web 2.0 und dessen Mglichkeiten fr das Spielfilmmarketing praxisnah analysiert. Neben interaktiven Mitmach-Elementen im modernen Marketing-Mix sind neue Vermarktungsformen wie Open Source Marketing, User Generated Advertising, Crowdsourcing oder In-Game Advertising im Focus. Zustzlich werden die Potentiale von Viral-, Guerilla- und Buzz-Marketing, Blog-Promotion sowie virtuellen Welten und die einzelnen Instrumente des Web 2.0 - wie Weblogs, Communities, Podcasts oder Wikis - gezielt auf deren Eignung zur Initiierung von Mundpropaganda ertert, da diese einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren in der Filmindustrie darstellt. Nicht nur fr Marketing-Studenten mit Interesse an der Filmindustrie, sondern fr alle, die sich professionell mit dem Thema auseinandersetzen wollen, ist dieser Band bestens geeignet, um sich einen systematischen berblick zu verschaffen.

Kurzbeschreibung Fr das Marketing und insbesondere fr die erfolgreiche Vermarktung von Spielfilmen bietet das Web 2.0 bisher ungeahnte Chancen, aber auch Risiken. Durch die erweiterten Kommunikationsmglichkeiten und neuen Rollenverteilungen im Social Web gewinnt das Internet gerade fr die Filmindustrie zunehmend an Bedeutung, da sich die meist junge und internetaffine Zielgruppe hier am schnellsten und effektivsten erreichen lsst. Alexander Scholz erlutert, wie sich die Potentiale des Web 2.0 fr die Filmindustrie nutzen lassen: Nach einem allgemeinen berblick ber den aktuellen Spielfilmmarkt sowie einer Einfhrung in das Thema Filmmarketing werden die technologischen Grundlagen des Web 2.0 und dessen Mglichkeiten fr das Spielfilmmarketing praxisnah analysiert. Neben interaktiven Mitmach-Elementen im modernen Marketing-Mix sind neue Vermarktungsformen wie Open Source Marketing, User Generated Advertising, Crowdsourcing oder In-Game Advertising im Focus. Zustzlich werden die Potentiale von Viral-, Guerilla- und Buzz-Marketing, Blog-Promotion sowie virtuellen Welten und die einzelnen Instrumente des Web 2.0 wie Weblogs, Communities, Podcasts oder Wikis gezielt auf deren Eignung zur Initiierung von Mundpropaganda ertert, da diese einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren in der Filmindustrie darstellt. Nicht nur fr Marketing-Studenten mit Interesse an der Filmindustrie, sondern fr alle, die sich professionell mit dem Thema auseinandersetzen wollen, ist dieser Band bestens geeignet, um sich einen systematischen berblick zu verschaffen.

ber den Autor und weitere Mitwirkende Alexander Scholz hat an der Fachhochschule Wiesbaden Medienwirtschaft studiert. Nach seinem Abschluss im Jahre 2008 war er zunchst im Produktmanagement bei der Twentieth Century Fox Home Entertainment Germany GmbH ttig und arbeitet derzeit bei der PSMW new media GmbH in Frankfurt.