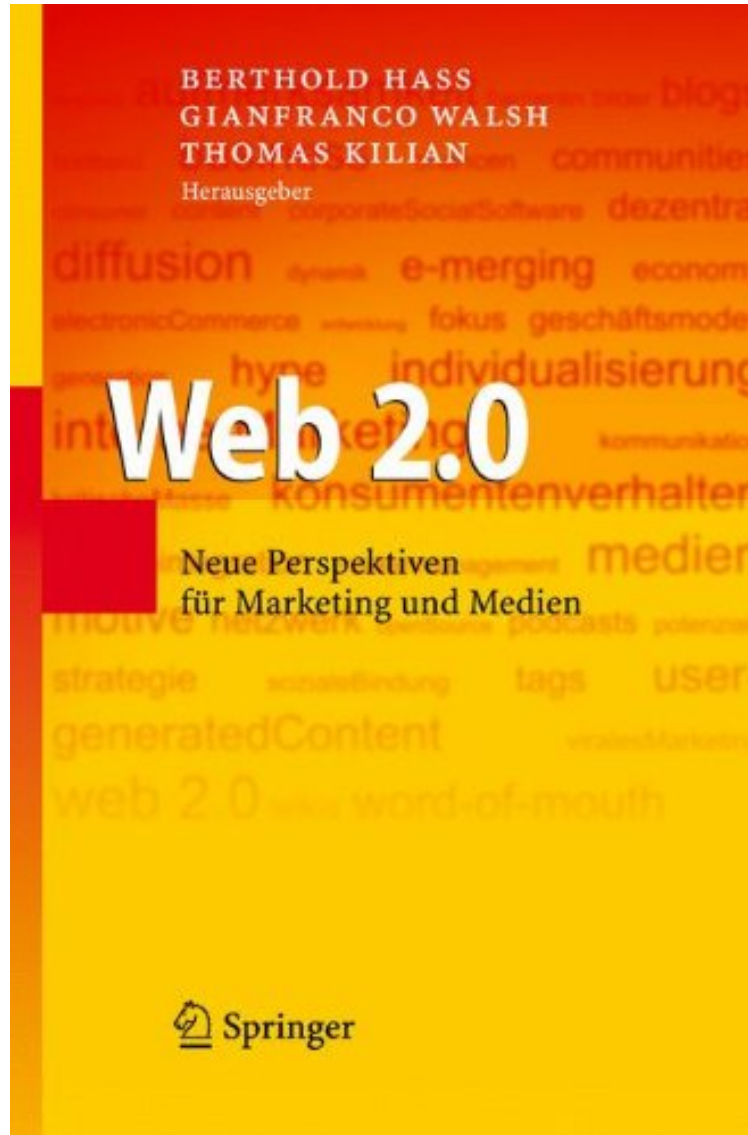


[Free] Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien

## Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien

Von Springer

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



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #1534964 in BcherVerffentlicht am: 2007-11-02Abmessungen: 6.14 x .81b x 9.211, 1.51 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe348 Seiten | File size: 62.Mb

**Von Springer : Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen5 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und MedienVon Thomas Allan HamiltonEine gute Einföhrung in ein spannendes Thema. Die einzelnen Kapitel sind gut geschrieben, wengleich nicht alle auf gleich hohem Niveau. Vor allem die anwendungsorientierten Beispiele berzeugen.1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Absolut

empfehlenswert! Von T. Friederichs Dieses Buch liefert einen hervorragenden Überblick über das Thema Web 2.0. Dabei werden nach einer kritischen Betrachtung der Grundlagen, die wesentlichen Instrumente des Web 2.0 vorgestellt sowie praktische Anwendungsmöglichkeiten in Marketing und Medien aufgezeigt. Mir persönlich hat, neben dem sehr gelungenen Mix aus Theorie Praxis, besonders gut gefallen, dass in dem Buch das Thema kritisch hinterfragt wird. Ein sehr gelungenes Werk, das absolut empfehlenswert ist. 5 von 6 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Web 2.0 Von Carolin Albers Als Laie kommt man nicht umhin, sich mit dem Thema Web 2.0 auseinanderzusetzen, denn nahezu überall ist davon die Rede. Aus diesem Grund wollte ich mehr darüber erfahren. Dieses Buch hat mir einen guten Überblick darüber vermittelt, was Web 2.0 ist und warum es in aller Munde ist. Die einzelnen Beiträge (z.B. zu Podcasts oder Wikis) sind informativ, gut geschrieben und voller aktueller Beispiele, was u.a. auf die Mitwirkung hochkartiger Praktiker zurückzuführen ist. Ein wirklich gelungenes Buch.

Pressestimmen Aus den Rezensionen: "Bei diesem Buch handelt es sich um einen Sammelband über Web 2.0. Dieses Werk verfolgt das Ziel, ein einheitliches Verständnis rund um das Marketing-Schlagwort zu schaffen. Die Autoren geben einen systematischen Einblick in die aktuelle Web-2.0-Diskussion. Autoren aus Wissenschaft und Praxis zeigen die wichtigen Trends auf. Das Buch lässt sich flüssig lesen und ist verständlich geschrieben. Dieser Sammelband ist gut strukturiert aufgebaut " (in: RDA Trends, 2008, Issue 4, S. 6) " Das Internet ist nicht länger ein reiner Datenspeicher, sondern bietet vielmehr eine Summe von Interaktionsmöglichkeiten. Dies hat Einfluss auf alle Wirtschafts- und Lebensbereiche. Die Autoren versuchen in diesem wissenschaftlich anspruchsvollen, aber doch leicht verständlichen Sammelwerk, auf Grundlagen, Instrumente und Anwendungen dieser neuen Interaktionsformen einzugehen " (Wolfgang Berger, in: Technik in Bayern, 2008, Vol. 12, Issue 3, S. 48) " Das Buch bringt eine ganze Reihe von interessanten Aufsätzen und Fallstudien zusammen, die sich mit Grundlagen des Web 2.0, verschiedenen Anwendungen sowie deren Einsatz in Marketing und Medienorganisationen befassen. Durch die wissenschaftliche Aufbereitung eignet es sich daher eher für Lehrveranstaltungen oder für Marketingexperten in der Industrie. Wie bei wissenschaftlichen Publikationen blickt, gibt es ein umfangreiches Literaturverzeichnis und alle Quellenangaben. Allein bei deren Aufbereitung werden Sie viele interessante Links zu anderen Themen finden " (Ren Gelin/da, in: web selling, 2008, Issue 3, S. 119) " Die Herausgeber schaffen mit dem Band einen wertvollen Beitrag zur systematischen Auseinandersetzung mit einem bis dato noch unerschlossenen Forschungsfeld. So werden gleichermaßen Grundlagen erlutert und konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet. Besonders anschaulich sind die ausgewählten Fallbeispiele. Hier profitiert das Werk durch die Auswahl von Autoren aus renommierten Unternehmen, die wichtige Anstöße und Ergänzungen zur Auseinandersetzung mit dem Forschungsgegenstand liefern. Zusammenfassend bietet der Band eine perspektivenreiche Betrachtung des Phänomens Web 2.0, die ein gebündeltes Fundament für ein Grundverständnis bietet, das lange vermissbar war." (Mania Strube, in: MedienWirtschaft, 2008, Issue 2, S. 48 f.) " Der pragmatische betriebswirtschaftliche Blick auf das Thema dominiert bei den ... Beiträgen Dabei handelt es sich um eine Mischung aus grundlegenden Beiträgen und Fallbeispielen. ... Doch unter dem Strich hat der Band ... für Kommunikationswissenschaftler den Vorteil, einen tiefen Einblick in die marktgetriebene Betrachtung des Internets zu gewahren. Verglichen mit der ... Diskussion in der PR um den Wandel des Kommunikationsmanagements hin zum Beziehungsmanagement und ... dem Fruchtbarmachen soziologischer Netzwerkanstöße erscheint die Sichtweise im vorliegenden Band viel stärker dem klassischen Verständnis von Marketing verhaftet ..." (Thomas Pleil, in: Publizistik, 2008, Vol. 53, Issue 2, S. 291 f.) "... Der Sammelband ... liefert in diesem stark mit Unsicherheit behafteten Umfeld eine systematische Auseinandersetzung und eine Antwort auf viele Fragen rund um das Thema Web 2.0. ... Hass, Walsh und Kilian gelingt es dabei nicht nur eine praxisorientierte, sondern auch wissenschaftlich fundierte Einführung in die neuartigen Herausforderungen zu geben. ... Der Sammelband eignet sich somit nicht nur für Führungskräfte, sondern auch für Wissenschaftler und Studierende, die sich gezielt mit dem Einfluss von Web 2.0 auf Marketing und Medien auseinandersetzen möchten." (V. Walter, in: Marketing St. Gallen, 2009, Issue 1, S. 59 f.) Rezension "Der Sammelband von Hass, Walsh und Kilian liefert in diesem stark mit Unsicherheit behafteten Umfeld eine systematische Auseinandersetzung und eine Antwort auf viele Fragen rund um das Thema Web 2.0. Dabei fällt in besonderem Maße der anwendungsorientierte Fokus, das evolutionäre Vorgehen sowie der Kontextbezug auf, den die renommierten Autoren aus Wissenschaft und Praxis nie aus den Augen verlieren. [...] Hass, Walsh und Kilian gelingt es dabei nicht nur eine praxisorientierte, sondern auch wissenschaftlich fundierte Einführung in die neuartigen Herausforderungen zu geben. Insbesondere der Fokus auf die Bereiche Marketing und Medien hilft Führungskräften eine handlungsorientierte Antwort auf mögliche Fragestellungen des Web 2.0 zu erhalten und somit die Unsicherheit im Umgang mit neuen Medien zu reduzieren. Der Sammelband eignet sich somit nicht nur für Führungskräfte, sondern auch für Wissenschaftler und Studierende, die sich gezielt mit dem Einfluss von Web 2.0 auf Marketing und Medien auseinandersetzen möchten." Kurzbeschreibung Web 2.0: der neue weltweite Internet-Boom mit seinen zahlreichen faszinierenden und häufig hoch-profitablen Angeboten. Praxisorientiert, systematisch und erstmalig thematisieren renommierte Autoren aus Wissenschaft und Praxis die wichtigsten Trends sowie die Verflechtung privater

Internetnutzung und kommerzieller Geschäftsmodelle. Für Führungskräfte, Wissenschaftler und Studierende der Bereiche Marketing, E-Commerce und Neue Medien.