



Werner Pepels

Handbuch Kommunikationsmanagement im Marketing

2 Teilbände

Tb. I: zahlr. Abb., XXX, 552 Seiten, 2021

Tb. II: zahlr. Abb., XX, 671 Seiten, 2021

Print: <978-3-428-18319-7> € 99,90

E-Book: <978-3-428-58319-5> € 89,90

»Man kann nicht nicht kommunizieren.« Dieses bekannte Postulat von Paul Watzlawick gilt auch und erst recht in der Marketingkommunikation. Insofern geht diese zwischenzeitlich weit über markt-schreierische Werbung hinaus und umfasst das komplette Instrumentarium aus Marketing und Management. Das »Handbuch Kommunikationsmanagement im Marketing« stellt daher in zwölf Oberkapiteln mit 30 Kapiteln und über 110 Unterkapiteln die gesamte Bandbreite der Domäne dar. Dabei wird auf analytische Fundierung ebenso viel Wert gelegt wie auf praxisbezogene Anwendung.

Dieses Handbuch ist aus dem bewährten Standardwerk »Kommunikationsmanagement« entstanden, das bereits auf fünf Auflagen zurückgeht. Der Autor verfügt über langjährige Erfahrung als Marketingkommunikationsberater wie auch als Hochschullehrer für Marketing. Kernleserzielgruppe sind dementsprechend BWL-Studierende sowie Fach- und Führungskräfte der Wirtschaft als Aufsteiger oder Quereinsteiger, die sich eines kompetenten Nachschlagewerks versichern wollen.

Inhalt

Teilband I

Grundlagen der Marketingkommunikation — Steuerung der Marketingkommunikation — Planung der Marketingkommunikation — Eckpfeiler der Konzeptentwicklung — Medien der Klassischen Werbung

Teilband II

Internet-Kommunikation — Nicht-klassische Basisinstrumente — Nicht-klassische Zusatzinstrumente — Implementierung der Kommunikationspolitik — Elemente der Identitätspolitik — Controlling der Marketingkommunikation — Organisation der Marketingkommunikation

Stichwortverzeichnis