

Miriam Meckel | Beat F. Schmid (Hrsg.)

Unternehmens- kommunikation

Kommunikationsmanagement
aus Sicht der Unternehmensführung

2., überarbeitete und erweiterte Auflage



Inhaltsverzeichnis

Teil 1 Begriffsrahmen

Beat F. Schmid und Boris Lyczek

Die Rolle der Kommunikation in der Wertschöpfung der Unternehmung.

Teil 2 Umsetzung

a) Bereiche

Günter Betitele und Markus Will

Public Relations.....153

Peter Köppl

Lobbying und Public Affairs.....187

Sabine Einwiller, Franz Klöfer und Ulrich Nies

Mitarbeiterkommunikation.....221

Ann-Kristin Achleitner, Alexander Bässen und Christian Fieseier

Finanzkommunikation.....261

b) Querschnittsaufgaben

Miriam Meckel und Markus Will

Media Relations.....291

Diana Ingenhoff und Ulrike Röttger

Issues Management.....323

Armin Töpfer

Krisenkommunikation.....355

<i>Claudia Mast</i> Change Communication.....	403
<i>Ansgar Zerfaß</i> Kommunikations-Controlling.....	435
<i>Miriam Meckel</i> Unternehmenskommunikation 2.0.....	471
 c) Zielkonzepte	
<i>Peter Nobel</i> Unternehmenskommunikation aus rechtlicher Sicht.....	495
<i>Manfred Bruhn</i> Integrierte Kommunikation.....	513