

Günter Silberer (Hrsg.)

# Marketing mit Multimedia

Grundlagen, Anwendungen und Management  
einer neuen Technologie im Marketing

<b>TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT</b>
Fachbereich 1
<u>Gesamtbibliothek</u>
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>
Inventar-Nr. : 45.260
Abstell-Nr. : A 28/2122
Sachgebiete: 512.4
00260 077

1995

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

# Multimedia in der internen Marketing-Kommunikation

von Christopher Heinemann

<b>1. Einleitung</b> .....	34
<b>2. Isolierte, unternehmensindividuelle multimediale Informationssysteme im Marketing</b> .....	35
<b>3. Förderung der asynchronen Marketing-Kommunikation durch Multimedia</b> .....	37
3.1 Förderung der asynchronen Marketing-Kommunikation durch Multimedia Mail.....	37
3.2 Förderung der asynchronen Marketing-Kommunikation durch multimediale Vorgangsunterstützung .....	39
3.3 Förderung der asynchronen Marketing-Kommunikation durch Multimedial Performance Support Systems.....	42
<b>4. Förderung der synchronen Marketing-Kommunikation durch Multimedia</b> .....	44
4.1 Förderung der synchronen Marketing-Kommunikation durch Bildtelefone .....	44
4.2 Förderung der synchronen Marketing-Kommunikation durch Video-Konferenzen .....	45
4.2.1 Projekt AgenturKom der DBP Telekom.....	48
4.2.2 Videokonferenzen bei BMW .....	51
4.3 Förderung der synchronen Marketing-Kommunikation durch Computer Supported Cooperative Work.....	52
4.3.1 Computer Supported Cooperative Work im Marketing.....	53
4.3.2 Computer Supported Cooperative Work am Beispiel des Office Broadband Communication-Projekts der Berkom.....	54
<b>5. Schlußbetrachtung</b> .....	56
Literaturverzeichnis .....	57