

Medienökonomie und Public Relations

Klaus-Dieter Altmeyen,
Matthias Karmasin (Hrsg.)

Medien und Ökonomie

*Band 2: Problemfelder der
Medienökonomie*

2004. ca. 250 S. Br. ca. EUR 19,90
ISBN 978-3-531-33884-2

*Band 3: Anwendungsfelder der
Medienökonomie*

2004. ca. 250 S. Br. ca. EUR 19,90
ISBN 978-3-531-33884-2

Nanette Aimée Besson

Strategische PR-Evaluation

Erfassung, Bewertung und Kontrolle
von Öffentlichkeitsarbeit

2004. 323 S. Br. EUR 32,90
ISBN 978-3-531-33884-2

Birgit Förg

Moral und Ethik der PR

Grundlagen – theoretische und
empirische Analysen – Perspektiven

2004. 229 S. Br. EUR 26,90
ISBN 978-3-531-33884-2

Simone Huck

Public Relations ohne Grenzen?

Eine explorative Analyse
der Beziehung zwischen Kultur
und Öffentlichkeitsarbeit
von Unternehmen

2004. 322 S. Br. ca. EUR 32,90
ISBN 978-3-531-33884-2

Tanja Köhler,
Adrian Schaffranietz (Hrsg.)

Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert

2004. 247 S. mit 34 Abb.
Br. EUR 24,90

ISBN 978-3-531-33884-2

Juliana Raupp,
Joachim Klewes (Hrsg.)

Quo vadis Public Relations?

Auf dem Weg zum Kommunikations-
management: Bestandsaufnahme
und Entwicklungen

2004. 296 S. Br. EUR 29,90
ISBN 978-3-531-33884-2

Erhältlich im Buchhandel oder beim Verlag.
Änderungen vorbehalten. Stand: Januar 2004.

www.vs-verlag.de



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden
Tel. 0611.7878-285
Fax 0611.7878-400