

Weiterführende Literatur

Baaken, Thomas: Business-to-Business-Kommunikation. Erich Schmidt 2002

Backhaus, Klaus / Joachim Büschken, Markus Voeth: Internationales Marketing, Schäffer-Poeschel 2001

Becker, Jochen: Marketing-Konzeption. Vahlen 2002

Benkenstein, Martin: Entscheidungsorientiertes Marketing. Gabler 2001

Bock, Petra: Marketing für Entscheider. Gabler 2001

Boenigk, Michael: Umsetzung der integrierten Kommunikation. Gabler 2001

Boysen, Werner: Interorganisationale Geschäftsprozesse in virtuellen Marktplätzen. Gabler 2001

Brandt, Jörg / Ulrich G. Schneider: Handbuch Kundenbindung. Cornelsen 2001

Busch, Raine / Rudolf Dögl, Fritz Unger: Integriertes Marketing. Gabler 2001

Cushman, Donald P.: Communicating organizational change: a management perspective, State Univ. of New York Press 1995

Esch, Franz-Rudolf: Moderne Markenführung. Gabler 2001

Esch, Franz-Rudolf: Wirkung integrierter Kommunikation. Gabler 2001

Faßler, Manfred: Netzwerke. Fink 2001

Gruban, Patrick: Business communities: Online-Projektgemeinschaften in Unternehmen integrieren und einsetzen, Markt- und Technik-Verlag 2001

- Haase, Oliver*: Kommunikation in verteilten Anwendungen. Oldenbourg 2001
- Hamm, Ingrid*: Medienkompetenz. Verlag Bertelsmann Stiftung 2001
- Hammann, Peter*: Markt und Unternehmung. Shaker 2001
- Hegele-Raih, Cornelia*: Kommunikation im und über Change-Management; eine theoretische Betrachtung, Lang 2002
- Hill, Hermann*: Die kommunikative Organisation: Change Management und Vernetzung in öffentlichen Verwaltungen, Heymann 1997
- Jaspert, Friedhelm*: Marketing. Oldenbourg 2001
- Killat, Ulrich*: Kommunikation in verteilten Systemen. KiVS, 12. Fachkonferenz der Gesellschaft für Information. Springer 2001
- Klöfer, Franz / Jens Peter Eichmeier, Ulrich Nies*: Erfolgreich durch interne Kommunikation. Luchterhand 2001
- Krämer, Sybille*: Sprache – Sprechakt – Kommunikation. Suhrkamp 2001
- Kuß, Alfred*: Marketing-Einführung. Gabler 2001
- LeMar, Bernd*: Menschliche Kommunikation im Medienzeitalter. Springer 2001
- Meffert, Heribert / Joachim Botz*: Internationales Marketing-Management. Kohlhammer 2001
- Meffert, Heribert*: Marketing-Arbeitsbuch. Gabler 2001
- Mocker, Helmut / Ute Mocker / Jens Ahlreep*: E-Communication. Datakontext 2001
- Olbrich, Rainer*: Marketing. Springer 2001
- Petty, Richard E. / Cacioppo, John T.*: Communication and persuasion: central and peripheral routes to attitude change, Springer 1986

Pradel, Marcus: Dynamisches Kommunikationsmanagement. Gabler 2001

Schnider, Tanja: Paradoxa in der Entwicklung der Kommunikationsgesellschaft. Lang 2001

Schwab, Heike / Zowislo, Natascha: Praxishandbuch Kommunikationsmanagement, Campus 2002

Stichwortverzeichnis

Bulletin Board: 66

Chat: 66, 93, 94

Communities: 94

Due Diligence: 44, 72

Funktionsbestimmung: 38

Gemeinschaftsgefühl: 46, 88,
91, 108

Humankapital: 6, 25, 159

Interaktion: 31

Kommunikationsnetzwerk: 83,
100, 111, 117

Kommunikationsteam: 15, 37,
48, 86, 102, 124, 128, 149

Krisenfrüherkennung: 140

Multiplikator: 82, 104, 111

Personalstruktur: 29

Qualitätsstandard: 49, 114

Reibungspunkte: 85

Reizüberflutung: 63, 70, 73

Ressourcen: 25, 83, 122, 143

Soft Skills: 25

Stichtag: 42, 57, 65

Stimmungslage: 21, 75, 95, 111,
119, 151

Teamwork: 65

Veränderungsbereitschaft: 112

Werbemittel: 69, 97

Zukunftsperspektiven: 60

Die Autoren



Dr. Natascha Zowislo ist PR- und Marketingmanagerin einer der führenden Wirtschaftsprüfungsgesellschaften. Zuvor war sie als Projektmanagerin im Bereich Kommunikation und Knowledge Management bei der Deutschen Bank tätig.



Heike Schwab ist Inhaberin und Geschäftsführerin der Werbeagentur doppelack marketing+kommunikation, die Unternehmen hinsichtlich Corporate Identity, Public Relations und Kommunikationsstrategien berät.