



Handbuch NGO-Kommunikation [

Remus, Nadine.,
editor
Rademacher, Lars.,
editor

Monografía

Nichtregierungsorganisationen (NGO) haben in den letzten 20 Jahren stark an Bedeutung zugenommen. Die fortschreitende Globalisierung macht NGO zu eigenständigen politischen Akteuren, deren Rolle von der Kontrolle bis zur aktiven politischen Mitgestaltung reicht. NGO stellen einen besonderen Typ von Organisationen dar, der wesentlich auf öffentliche Aufmerksamkeit und Unterstützung angewiesen ist. Viele NGO sind bereits Kommunikationsexperten, einige mitunter etablierte Marken. Kommunikation avanciert zu einer Kernkompetenz von NGO, an der sich der Erfolg ihrer Handlungen bemisst. Dieses Handbuch sammelt und systematisiert das aktuelle Wissen zur Kommunikation von NGO aus interdisziplinärer Perspektive. Der Inhalt Grundlagen: Zur Relevanz von NGO für Politik und Unternehmen.- Maßnahmen und Methoden der NGO-Kommunikation.- NGO als Marken.- NGO und Social Media.- Spezialfälle und Fallbeispiele der NGO-Kommunikation.- Methoden der Erforschung von NGO-Kommunikation Die Zielgruppen Kommunikations-, Sozial- und Politikwissenschaftler Praktiker in Parteien, NGO und Verbänden Die Herausgeber Nadine Remus ist Senior Kommunikationsmanagerin bei der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) und promoviert an der Ludwig-Maximilians-Universität München im Bereich Organisationskommunikation. Prof. Dr. Lars Rademacher lehrt Strategische Kommunikation an der Hochschule Darmstadt und leitet dort den Studiengang Onlinekommunikation (BSc)

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVlcmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjEwODk0NDA>

Título: Handbuch NGO-Kommunikation [Recurso electrónico] herausgegeben von Nadine Remus, Lars Rademacher.

Editorial: Wiesbaden Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS 2018.

Descripción física: X, 540 S. 57 Abb., 8 Abb. in Farbe. online resource.

Documento fuente: Springer eBooks

Contenido: NGOs im politischen und sozialen Prozess -- Modelle und Methoden der NGO-Kommunikation -- Markenwahrnehmung von NGOs -- Empirische Studien und/oder Case Studies -- Zukunftsperspektiven der NGO-Kommunikation.

ISBN: 9783531188089 978-3-531-18808-9

Materia: Social sciences Political science Sociology Communication Medios de comunicación social Social Sciences Communication Studies Media Research Sociology, general Political Science

Autores: Remus, Nadine., editor Rademacher, Lars., editor

Entidades: SpringerLink (Online service)

Enlace a formato físico adicional: Printed edition 9783531188072

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es