



Jan Lies (Hrsg.)

Theorien des PR- Managements

Geschichte - Basiswissenschaften - Wirkungsdimensionen

Reihe: FOM-Edition

- **Umfassender Überblick über die Basiskonstrukte, die Public Relations prägen**

Jan Lies stellt grundlegend die Basiswissenschaften sowie ausgewählte PR-Theorien vor. Dabei löst er den scheinbaren Widerspruch zwischen den betriebswirtschaftlich-funktionalistischen Theorien auf der einen Seite und den kommunikationswissenschaftlich-soziologischen Theorien auf der anderen Seite auf und führt zur system-funktionalistischen Synthese. Dieses Buch richtet sich an Dozierende und Studierende (Bachelor und Master) der Kommunikationswissenschaften und des Marketings.

2015, X, 453 S. 51 Abb.

Gedrucktes Buch

Hardcover

[1]39,99 € (D) | 41,11 € (A) | CHF
44,50

eBook

[2]29,99 € (D) | 29,99 € (A) | CHF
35,50Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder
springer.com/shop

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

