



Springer VS

1.
Auflage

1. Aufl. 2019, IX, 244 S. 1
Abb.

Gedrucktes Buch

Softcover

Gedrucktes Buch

Softcover

ISBN 978-3-658-25727-9

£ 39,99 | CHF 55,50 | 46,72 € |

51,39 € (A) | 49,99 € (D)

lieferbar

Rabattgruppe

Standard (0)

Produktkategorie

Monographie

Sozialwissenschaften : Kommunikationswissenschaft

Ettl-Huber, Silvia (Hrsg.), Fachhochschule Burgenland, Eisenstadt, Austria

Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation

- Eine medienwissenschaftliche Studie
- Empirische Ergebnisse aus der Forschung
- Analyse zur Wirkung von Storytelling

Die Autorinnen und Autoren des Sammelbandes beschäftigten sich damit, wie Storytelling im Journalismus und in der Organisations- sowie der Marketingkommunikation wirkt. Dabei gehen sie der Frage nach, ob es auch Unterschiede gibt, die je nach beruflicher Praxis zu beachten sind. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus drei Hochschulen haben dafür ihr Wissen zusammengetragen und präsentieren auch empirische Ergebnisse aus ihrer Forschung. Zudem erlaubt sich der Band einen Ausflug in die Wirkung von Storytelling als Betrugswerkzeug, zur Wirkung von Wortbedeutungen in Storytellingtexten und in die Welt der politischen Mythen.

Bestellen Sie online unter springer.com/booksellers

Springer Nature Customer Service Center GmbH

Customer Service

Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

row-booksellers@springernature.com

