



Komunikacja Innowacyjna: Klucz do Sukcesu - Modele i Metody Strategiczne

Indeks: **709154** Producent: **Springer Gabler** Kod producenta: **9783658432096**

Cena: **174.76 zł**

Opis

Toolbox Innovationskommunikation: Zum Durchbruch mit gekonnter Kommunikation: Strategische Modelle und Methoden für Neues

Producent: Springer Gabler

- **temat:** Business communication & presentation, Business innovation, Sales & marketing, Innovationsmanagement, Public Relations, Unternehmenskommunikation, BUSINESS & ECONOMICS / Management Science, Business & Economics / Business Communication / General, Business & Economics / Management, Business & Economics / Marketing / General, Business & Economics/Public Relations, AIDA Framework, AMEC Framework, ANF: Business and Management, BUSINESS & ECONOMICS, BUSINESS & ECONOMICS / Business Communication / General, BUSINESS & ECONOMICS / Management, BUSINESS & ECONOMICS / Management Science, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, Business, Business & Economics/Business Communication - General, Business & Economics/Management - General, Business & Economics/Management Science, Business & Economics/Marketing - General, Business & Economics/Public Relations, Business Communication, Business Communication - General, Business communication & presentation, Business communication and presentation, Business innovation, Business/Economics, Businesskommunikation und -präsentation, Christensens Innovator's Solution, Christensens Innovator's Solution, Corporate Communication, Economics, Galloways T-Algorithm, Gartner, Forrester, General, General Adult, HC, HC/Wirtschaft/Management, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover, Hardcover, Softcover / Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hiatts ADKAR-Modell, Innovation PR, Innovation and Technology Management, Innovation communications, Innovation communications; Public Relations PR; Positionierung Unternehmen Innovation; Innovator's Dilemma; Innovation PR; communications management; Kommunikationsstrategie; Positionierungsmatrix; Innovation positionieren; Magic Quadrant und Wave; Gartner, Forrester; Kanalplanung; Storytelling; AIDA Framework; AMEC Framework; Christensens Innovator's Solution; Galloways T-Algorithm; Hiatts ADKAR-Modell; Moores Zone to Win, Innovation communications; Public Relations PR; Positionierung Unternehmen Innovation; Innovator's Dilemma; Innovation PR; communications management; Kommunikationsstrategie; Positionierungsmatrix; Innovation positionieren; Magic Quadrant und Wave; Kanalplanung; Storytelling; AIDA Framework; AMEC Framework; Galloways T-Algorithm; Hiatts ADKAR-Modell; Moores Zone to Win; Gartner, Forrester; Christensens Innovator's Solution, Innovation communications;Public Relations PR;Positionierung Unternehmen Innovation;Innovator's Dilemma;Innovation PR;communications management;Kommunikationsstrategie;Positionierungsmatrix;Innovation positionieren;Magic Quadrant und Wave;Gartner, Forrester;Kanalplanung;Storytelling;AIDA Framework;AMEC Framework;Christensens Innovator's Solution;Galloways T-Algorithm;Hiatts ADKAR-Modell;Moores Zone to Win, Innovation positionieren, Innovationsmanagement, Innovator's Dilemma, Kanalplanung, Kommunikationsstrategie, Magic Quadrant und Wave, Management, Management - General, Management Science, Management: Innovation, Marketing, Marketing - General, Marketing und Vertrieb, Moores Zone to Win, Non-Fiction, Optimieren, Positionierung Unternehmen Innovation, Positionierungsmatrix, Public Relations, Public Relations PR, Sales & marketing, Sales and marketing, Storytelling, TEXT, Unternehmenskommunikation, Verstehen, Vertrieb und Marketing, Werbung, Marketing, Wirtschaft,

communications management, Business communication and presentation, Businesskommunikation und -präsentation, Management: Innovation, Marketing und Vertrieb, Sales and marketing, Vertrieb und Marketing, HC/Wirtschaft/Management, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover / Wirtschaft/Werbung, Marketing

- **wiążący:** paperback
- **język:** german, german, german
- **waga przedmiotu:** 404 grams
- **strony:** 248
- **słowo kluczowe tematu:** Innovation PR, Innovation communications, Innovation communications; Public Relations PR; Positionierung Unternehmen Innovation; Innovator's Dilemma; Innovation PR; communications management; Kommunikationsstrategie; Positionierungsmatrix; Innovation positionieren; Magic Quadrant und Wave; Gartner, Forrester; Kanalplanung; Storytelling; AIDA Framework; AMEC Framework; Christensens Innovator's Solution; Galloways T-Algorithm; Hiatts ADKAR-Modell; Moores Zone to Win, Innovation communications; Public Relations PR; Positionierung Unternehmen Innovation; Innovator's Dilemma; Innovation PR; communications management; Kommunikationsstrategie; Positionierungsmatrix; Innovation positionieren; Magic Quadrant und Wave; Gartner, Forrester; Kanalplanung; Storytelling; AIDA Framework; AMEC Framework; Christensens Innovator's Solution; Galloways T-Algorithm; Hiatts ADKAR-Modell; Moores Zone to Win, Innovation communications; Public Relations PR; Positionierung Unternehmen Innovation; Innovator's Dilemma; Innovation PR; communications management; Kommunikationsstrategie; Positionierungsmatrix; Innovation positionieren; Magic Quadrant und Wave; Gartner, Forrester; Kanalplanung; Storytelling; AIDA Framework; AMEC Framework; Christensens Innovator's Solution; Galloways T-Algorithm; Hiatts ADKAR-Modell; Moores Zone to Win, Innovation communications; Public Relations PR; Positionierung Unternehmen Innovation; Innovator's Dilemma; Innovation PR; communications management; Kommunikationsstrategie; Positionierungsmatrix; Innovation positionieren; Magic Quadrant und Wave; Kanalplanung; Storytelling; AIDA Framework; AMEC Framework; Galloways T-Algorithm; Hiatts ADKAR-Modell; Moores Zone to Win; Gartner, Forrester; Christensens Innovator's Solution, Innovation communications; Public Relations PR; Positionierung Unternehmen Innovation; Innovator's Dilemma; Innovation PR; communications management; Kommunikationsstrategie; Positionierungsmatrix; Innovation positionieren; Magic Quadrant und Wave; Gartner, Forrester; Kanalplanung; Storytelling; AIDA Framework; AMEC Framework; Christensens Innovator's Solution; Galloways T-Algorithm; Hiatts ADKAR-Modell; Moores Zone to Win, Innovator's Dilemma, Kommunikationsstrategie, Positionierung Unternehmen Innovation, Public Relations PR, communications management
- **kod unspsc:** 55101500
- **kod podmiotu:** BUS042000, BUS007000, BUS041000, BUS043000, BUS052000, 1784, 1785, 1785, KJP, KJP, KJD, KJS, KJS, KJS, INNO6000, PUBL1500, UNTE9200, KJP, KJD, KJS
- **grupa docelowa:** General/trade
- **numer części:** 9783658432096
- **kolor:** Yellow
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.42 kilograms
- **wydanie:** 1. Aufl. 2023
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 3658432098, 9783658432096, 09783658432096
- **producent:** Springer Gabler
- **autor:** Hohenauer, Florian
- **gatunek muzyczny:** Business communication & presentation, Sales & marketing, Business innovation, BUSINESS & ECONOMICS, Business Communication, General, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, General, BUSINESS & ECONOMICS, Management, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, HC, Wirtschaft, Management, Business communication and presentation, Sales and marketing, Business innovation
- **Data publikacji:** 2024-02-16T00:00:01Z
- **numer wydania:** 1
- **nazwa przedmiotu:** Toolbox Innovationskommunikation: Zum Durchbruch mit gekonnter Kommunikation: Strategische Modelle und Methoden für Neues
- **data premiery:** 2024-02-16T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2023-09-23T02:29:31.202Z

Parametry

Wydawnictwo	Springer Gabler
Język	polski
Ilość stron	248
Waga	0.404 kg
Data wydania	2024-02-16