



Komunikacja Strategiczna: Teoria i Praktyka w Globalnym Świecie

Indeks: 718422 Producent: Routledge Kod producenta: 9780367769291

Cena: 205.36 zł

Opis

Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice

Producent: Routledge

Książka "Strategic Communication: Wprowadzenie do Teorii i Globalnej Praktyki" to obszerny przewodnik po zagadnieniach związanych z komunikacją strategiczną. Autorzy, Jesper Falkheimer i Mats Heide, przedstawiają teorię i praktykę komunikacji strategicznej w kontekście globalnym. Zawarte w książce tematy obejmują m.in. zarządzanie komunikacją kryzysową, branding, mediatyzację oraz znaczenie komunikacji w organizacjach. Książka skupia się na roli komunikacji w procesach biznesowych, społecznych i historycznych, oferując czytelnikowi szeroki wgląd w dziedzinę komunikacji strategicznej.

Autorka nie tylko analizuje kluczowe koncepcje i strategie komunikacji, ale także przybliża czytelnikowi praktyczne narzędzia i studia przypadków z dziedziny komunikacji strategicznej. Zrozumienie procesów komunikacji, zarówno w kontekście globalnym, jak i lokalnym, jest kluczowe dla skutecznego funkcjonowania organizacji w dynamicznym środowisku biznesowym.

"Strategic Communication: Wprowadzenie do Teorii i Globalnej Praktyki" to pozycja obowiązkowa dla wszystkich, którzy interesują się tematyką komunikacji strategicznej, zarówno w kontekście teoretycznym, jak i praktycznym. Książka zapewnia wszechstronne spojrzenie na współczesne wyzwania komunikacyjne dla profesjonalistów z branży komunikacji, marketingu, public relations i zarządzania.

- **temat:** Humanities, Communication studies, Economics, Business strategy, History, Media studies, Advertising, Public relations, Humanities, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, General, BUSINESS & ECONOMICS / Business Communication / General, Business Communication, BUSINESS & ECONOMICS / General, Strategic communication;corporate communication;public relation;marketing communication;communication professionals;branding;the communicative organization;mediatization;crisis communication;change communication;communication management;Mats Heide;Communication Practitioners;Integrated Marketing;Strategic Communication Perspective;Public Relations;International Journal Of Strategic Communication;Face To Face;Holistic Approach;Follow;Organizational Identity;Open Communication Climate;Sensemaking Perspective;Digital Workplace;IMC;Transmission Perspective;Strategy Researchers;Crisis Response Strategies;Benoit's Image Repair Theory;Publicity Model;Chief Communication Officers;Internal Crisis Communication;Informal Communication;Agenda Setting Theory, BUSINESS & ECONOMICS / Business Communication / General, BUSINESS & ECONOMICS / General, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, Business & Economics/Business Communication - General, Business & Economics/Marketing - General, Advertising, Business strategy, Communication studies, Economics, History, Media studies, Public relations
- **wiążący:** paperback

- **język:** english, english, english
- **waga przedmiotu:** 403 grams
- **strony:** 254
- **słowo kluczowe tematu:** Strategic communication; corporate communication; public relation; marketing communication; communication professionals; branding; the communicative organization; mediatization; crisis communication; change communication; communication management; Mats Heide; Communication Practitioners; Integrated Marketing; Strategic Communication Perspective; Public Relations; International Journal Of Strategic Communication; Face To Face; Holistic Approach; Follow; Organizational Identity; Open Communication Climate, Strategic communication;corporate communication;public relation;marketing communication;communication professionals;branding;the communicative organization;mediatization;crisis communication;change communication;communication management;Mats Heide;Communication Practitioners;Integrated Marketing;Strategic Communication Perspective;Public Relations;International Journal Of Strategic Communication;Face To Face;Holistic Approach;Follow;Organizational Identity;Open Communication Climate;Sensemaking Perspective;Digital Workplace;IMC;Transmission Perspective;Strategy Researchers;Crisis Response Strategies;Benoit's Image Repair Theory;Publicity Model;Chief Communication Officers;Internal Crisis Communication;Informal Communication;Agenda Setting Theory
- **kod podmiotu:** KJSA, KJC, GTC, KC, NH, JBCT, KJSP, BUS007000, BUS000000, BUS043000, BUS007000, BUS043000, H
- **grupa docelowa:** Tertiary education
- **Liczba przedmiotów:** 1
- **numer części:** 9780367769291
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.227 kilograms
- **wydanie:** 2
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 0367769298, 9780367769291, 09780367769291
- **producent:** Routledge
- **autor:** Falkheimer, Jesper, Heide, Mats
- **gatunek muzyczny:** Communication studies, Economics, Business strategy, History, Media studies, Advertising, Public relations, Communication studies, Economics, Business strategy, Humanities, Media studies, Advertising, Public relations, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, General, BUSINESS & ECONOMICS, Business Communication, General, BUSINESS & ECONOMICS, General
- **Data publikacji:** 2022-08-16T00:00:01Z
- **numer wydania:** 2
- **nazwa przedmiotu:** Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice
- **data premiery:** 2022-08-16T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2021-12-25T06:00:11.143Z

Parametry

Autor	Jesper Falkheimer, Mats Heide
Data publikacji	2022-08-16
Forma	miękka oprawa
Stan	nowy
Liczba stron	254
Język	polski