

[Download pdf] Einsatz von Social Media in KMU: Eine Untersuchung der Gründe für den Einsatz von Social Media-Anwendungen in KMU. Mit Social Media-Leitfaden

Einsatz von Social Media in KMU: Eine Untersuchung der Gründe für den Einsatz von Social Media-Anwendungen in KMU. Mit Social Media-Leitfaden

Von Patrick Malang

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook

Reihe Gesellschaftswissenschaften



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #2159552 in Bucher Veröffentlicht am: 2013-01-08 Erscheinungsdatum: 2013-01-08 Abmessungen: 8.66 x .26b x 5.911, .39 Pfund Einband: Taschenbuch 12 Seiten | File size: 65.Mb

Von Patrick Malang : Einsatz von Social Media in KMU: Eine Untersuchung der Gründe für den Einsatz von Social Media-Anwendungen in KMU. Mit Social Media-Leitfaden before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Einsatz von Social Media in KMU: Eine Untersuchung der Gründe für den Einsatz von Social Media-Anwendungen in KMU. Mit Social Media-Leitfaden:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich.
Hervorragende Literatur dieser Thematik, Gratulation an den Autor, er verdient groen Respekt fr seine Arbeit! Von
mary1) habe dieses Buch zur beruflichen Untersttzung/Information sowie aus persnlichem Interesse gekauft und es hat
mich vollauf begeistert und war sehr informativ.2) da es derzeit besonders schwierig ist - selbst mit Studium - einen
passenden Job zu finden ist diese Lektre hillreich und gibt wichtige Informationen - beiderseitig - her, das hat mir
besonders gefallen.Deshalb gibt es fr mich nichts Gegenteiliges an diesem Buch.3) wie bereits in Pkt. 2 angesprochen
ist dieses Buch fr Unternehmer wie Jobsuchende informativ und deshalb zu empfehlen.Ich wrde fr dieses Buch eine
breitflchige PR in der ffentlichkeit empfehlen

KurzbeschreibungAufgrund des andauernden technologischen und sozialen Wandels gewinnt die Nutzung von Social
Media-Netzwerken immer mehr an Bedeutung. Dieser Entwicklung knnen sich auch Unternehmen nicht lnger
entziehen. Viele Unternehmen haben diese Entwicklung erkannt und setzen daher Social Media-Anwendungen zur
Interaktion mit den Kunden ein. In der aktuellen Literatur ber den Einsatz von Social Media-Anwendungen wird
jedoch meist keine Differenzierung zwischen klein- und mittelstndischen Unternehmen (KMU) und
Grossunternehmen vorgenommen. Eine Differenzierung nach Unternehmensgrsse scheint aber interessant und
sinnvoll: 99% aller europischen Unternehmen sind KMU und weisen im Vergleich zu Grossunternehmen Merkmale
auf, welche den Einsatz von Social Media beeinflussen knnen. Diese Arbeit analysiert daher am Beispiel von
Vorarlberger KMU, welche Grnde und berlegungen hinter dem Einsatz von Social Media-Anwendungen stehen, wie
die Unternehmen die Notwendigkeit dafr sehen, und wie und in welchem Umfang sie Social Media konkret einsetzen.
Abschliessend enthlt die Arbeit einen Leitfaden fr den Einsatz von Social Media in KMU, welcher aus den
gewonnenen Erkenntnissen erstellt wurde.ber den Autor und weitere MitwirkendePatrick Malang, BSc, geboren 1980,
absolvierte nach mehrjrhriger Berufserfahrung in den Bereichen Marketing und Veranstaltungsmanagement an der
Universitt Liechtenstein das Studium der Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt International Management
and Entrepreneurship.