

1. Record Nr.	UNINA9910794736803321
Autore	Carter H. Ballentine
Titolo	MRI of the Prostate : A Practical Approach // by: Rosenkrantz, Andrew B.
Pubbl/distr/stampa	New York : , : Thieme, , [2017] ©2017
ISBN	1-63853-166-8 1-62623-269-5
Descrizione fisica	1 online resource (226 pages) : illustrations (chiefly color)
Disciplina	616.99/463
Soggetti	Prostate - Cancer Magnetic resonance imaging
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Introduction to prostate cancer : clinical considerations -- Prostate cancer pathology -- Introduction to prostate MRI protocols : hardware, T2-weighted imaging, and proton spectroscopy -- Diffusion-weighted imaging of the prostate -- Dynamic contrast-enhanced MRI of the prostate -- Prostate imaging reporting and data system (PI-RADS) -- Prostate cancer staging and surgical planning -- Post-treatment follow-up and assessment for recurrence -- Pre-biopsy MRI and MRI-targeted biopsy -- MRI and active surveillance -- PET/CT and PET/MR imaging evaluation of prostate cancer -- Teaching atlas of instructional and interesting cases.

2. Record Nr.	UNINA9910136092803321
Autore	Fiederer Susanne
Titolo	Effiziente Krisenkommunikation – transparent und authentisch : Mit zahlreichen Praxisbeispielen / / von Susanne Fiederer, Anabel Ternès
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-14420-3
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (IX, 114 S. 10 Abb.)
Disciplina	659.2
Soggetti	Public relations Industrial management Corporate Communication/Public Relations Media Management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters.
Nota di contenuto	Krisen in bewegten Zeiten und welche Rolle das Internet dabei spielt -- Definition und Gesichter von Krisen -- Einführung in die Krisenkommunikation am Beispiel der Coca-Cola-Krise -- Zeitgemäße Krisenkommunikation -- Krisenmanagement in den Entwicklungsphasen How to – Gelungene Krisenkommunikation -- How not to – Klassische Krisenfälle, die Geschichte schrieben -- Alltagshelfer – Checklisten für jede Krise.
Sommario/riassunto	Dieses Buch beschreibt anhand konkreter Beispiele das Entstehen einer Krise, wie man ihr vorbeugen und wie man sie zum eigenen Vorteil nutzen kann. Die Autorinnen erläutern, wie man sich mit Krisenpotenzialen auseinandersetzt und sich darauf vorbereitet, im Fall einer Krise oder eines Shitstorms transparent und authentisch zu handeln. Praktische Checklisten sowie Tipps und Tricks unter Berücksichtigung der neuesten technologischen Möglichkeiten ergänzen das Buch. Der Inhalt Krisen in bewegten Zeiten und welche Rolle das Internet dabei spielt Definition und Gesichter von Krisen Einführung in die Krisenkommunikation am Beispiel der Coca-Cola-Krise Zeitgemäße Krisenkommunikation Krisenmanagement in den Entwicklungsphasen How to – Gelungene Krisenkommunikation How not to – Klassische Krisenfälle, die Geschichte schrieben Alltagshelfer –

Checklisten für jede Krise Die Autorinnen Susanne Fiederer ist Journalistin und Kommunikationsexpertin mit langjähriger Erfahrung in der internationalen strategischen Unternehmenskommunikation. Sie ist Geschäftsführerin ihrer eigenen Agentur, Impressions Kommunikation, und hat sich auf Employer Branding, Krisenkommunikation und Marketingkommunikation spezialisiert. Prof. Dr. Anabel Ternès ist Geschäftsführerin des Instituts für Nachhaltiges Management und Leiterin der Studiengänge International Communication Management und Business Administration, Schwerpunkt E-Business an der SRH Berlin International Management University. Sie verfügt über langjährige internationale Führungserfahrung.
