

1. Record Nr.	UNINA9910149631503321
Autore	Pollhammer Elisabeth
Titolo	Kommunikation der Corporate Social Responsibility in kleineren und mittleren Unternehmen // von Elisabeth Pollhammer, Oliver Meixner
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-16442-5
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XV, 127 S. 7 Abb.)
Collana	Studien zum Marketing natürlicher Ressourcen, , 2511-1329
Disciplina	174.4
Soggetti	Business ethics Marketing Agriculture - Economic aspects Business Ethics Agricultural Economics
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	CSR in der Agrar- und Ernährungswirtschaft -- Social-Media-Anwendungen und -Plattformen -- Einflussfaktoren für KMU.
Sommario/riassunto	Die Studie beschäftigt sich mit einer immer wichtiger werdenden Form der Kommunikation – der Kommunikation der Corporate Social Responsibility (CSR) über Social Media, wobei insbesondere die Chancen und Herausforderungen für klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) der Agrar- und Ernährungswirtschaft identifiziert werden. Hierzu wird ein qualitatives Forschungsdesign eingesetzt, um zu einer zuverlässigen, aussagekräftigen, vertiefenden Einschätzung der Anforderungen und Potenziale der CSR-Kommunikation über Social Media zu gelangen. Der Inhalt CSR in der Agrar- und Ernährungswirtschaft Social-Media-Anwendungen und -Plattformen Einflussfaktoren für KMU Die Zielgruppen Studierende und Lehrende der Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie der Kommunikationswissenschaften Berater in kleinen und mittleren Unternehmen, Fachkräfte im Bereich Kommunikation und Marketing Die Autoren Elisabeth Pollhammer ist im Corporate Business Development in einem Agrarunternehmen tätig und beschäftigt sich mit

strategischem Management & Unternehmensführung. Oliver Meixner ist als Ao.Univ.Prof. am Institut für Marketing & Innovation, Universität für Bodenkultur Wien, tätig. Einen seiner Forschungsschwerpunkte stellt der Einsatz der Social Media in der Agrar- und Ernährungswirtschaft dar.
