

1. Record Nr.	UNINA9910638985803321
Titolo	Antologia del Corano / [traduzione e note di Virginia Vacca]
Pubbl/distr/stampa	Firenze, : G. C. Sansoni, stampa 1943
Descrizione fisica	183 p. ; 16 cm
Collana	La meridiana ; 14/15
Disciplina	297.122
Locazione	FARBC
Collocazione	LEPORE 931
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
2. Record Nr.	UNINA9910563003403321
Autore	Ueding Ralf
Titolo	Management von Messebeteiligungen : Identifikation und Erklärung messespezifischer Grundhaltungen auf der Basis einer empirischen Untersuchung / H. Meffert, Ralf Ueding, Universität Münster
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M., : PH02, 2018 2018, c1998
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (352 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 34
Soggetti	Communication studies Project management Production & quality control management Sales & marketing management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften

Nota di contenuto

Aus dem Inhalt: Messebeteiligungen als Herausforderung an das Kommunikationsmanagement - Ableitung und Identifikation von messespezifischen Grundhaltungen - Ausgestaltung und Erfolg von Messebeteiligungen - Ansatzpunkte einer systematischen Messebeteiligungskontrolle.

Sommario/riassunto

Die Bedingungen für Messebeteiligungen haben sich in den vergangenen Jahren gravierend verändert. Messen und Ausstellungen stehen vermehrt in einem Substitutionswettbewerb mit den neueren Instrumenten der Unternehmenskommunikation. Die seit den 80er Jahren anhaltende Diskussion um die Leistungsfähigkeit und Transparenz von Messebeteiligungen für das Marketing macht deutlich, daß die Notwendigkeit einer konzeptionellen Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex besteht. Die Arbeit verfolgt das Ziel, das messespezifische Ausstellerverhalten systematisch zu beschreiben und zu erklären. Hierzu werden messespezifische Grundhaltungen identifiziert und detailliert hinsichtlich der strategischen und operativen Ausgestaltung sowie Erfolgswirkungen der Messebeteiligungen analysiert. Der empirischen Analyse liegt eine schriftliche Befragung von 602 Unternehmen zugrunde.
