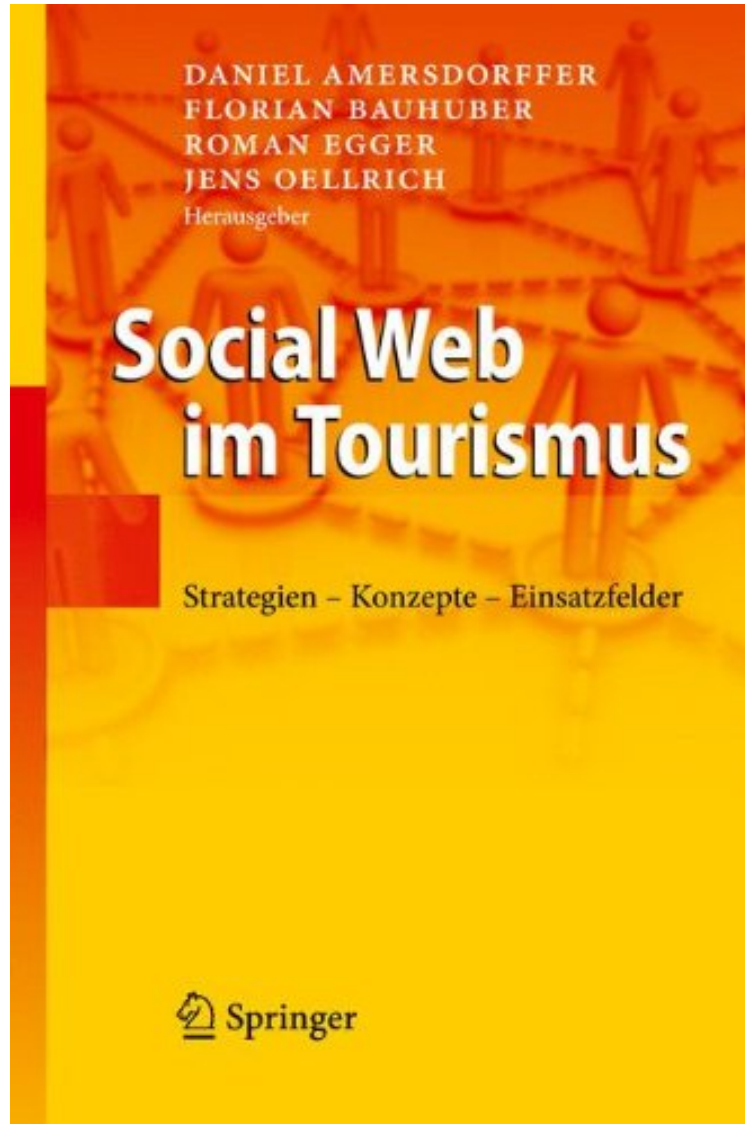


[Download pdf] Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder

Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder

Von Springer

**Download PDF / ePub / DOC / audiobook / ebooks*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #1704101 in BcherVerffentlicht am: 2012-11-16Erscheinungsdatum: 2012-11-16Abmessungen: 9.25 x .99b x 6.10l, .0 Pfund Einband: Taschenbuch436 Seiten | File size: 20.Mb

Von Springer : Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen5 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. geniales Buch fr Touristiker und fr Uni StudiumVon FacebookLineIch schreibe zur Zeit an einer Hausarbeit ber die Verwendung von Social Media im Tourismus und habe mir daher dieses Buch gekauft. Es liefert einen klasse berblick

ber Web 2.0/Social Web und Social Media-Technologien im Tourismus. Dabei muss man aber kein Profi in diesem Fachgebiet sein, sondern wird am Anfang gut in die ganze Thematik eingeführt. Meiner Meinung nach ist das Buch ein super Einstieg für alle, die sich mit Social Web im Tourismus noch nicht so sehr auseinandergesetzt haben. Zudem ist es aber auch eine sehr gute Lektüre für alle, die ihr Wissen noch erweitern wollen. 9 von 10 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. zu empfehlender Themenberblick! Von Communityleser Ich habe das Buch nun seit gut 5 Tagen vorliegen, demnach noch nicht komplett durchgelesen, wohl aber einige Kapitel. Alle Aussagen beziehen sich also auf das Gesamtwerk als solches im Überblick. Es ist eine schöne, gut recherchierte Zusammenfassung, und für Personen die in ihrer beruflichen Praxis mit Tourismus, und hier im speziellen mit den Phänomenen im Web2.0 bzw. Social Web zu tun haben, sehr empfehlenswert. Leicht verständlich werden Funktionen des Social Web (auch für Personen die bisher keinerlei Vorwissen haben) genauso erklärt, wie Tipps gegeben wie man sich diesen neuartigen Medien nähern und sie (gewinnbringend) nutzen kann. es gibt einige andere Werke zum Thema Social Media Marketing, keines hatte sich aber bisher so ausführlich mit dem "Fallbeispiel/Spezialfall" Tourismus beschäftigt, wie es dieses vorliegende Werk tut. Kleiner Wehrmutstropfen: die Anschaffungskosten sind erst einmal sehr hoch (für kleinere touristische Einzelbetriebe wie Hotels evtl. zu hoch!) und die enthaltenden Informationen unterliegen, wie alles gedruckte zum Thema Internet der Gefahr, schnell zu veralten. 4 von 5 Sterne gebe ich in der Gesamtbewertung, weil das Buch sehr gute Grundlagen bietet, man aber letztlich selbst im Internet nochmal recherchieren muss, wie aktuell die ein oder andere Aussage zu den sehr dynamischen Social Media noch ist. Wer die im Buch gut zusammengefasst und genannten Erkenntnisse praktisch nutzen will, kommt nicht umhin sich, zusätzlich zum Buch, laufend sowohl mit den verschiedenen Netzwerken als auch mit wichtigen (Fach-)Blogs (einer davon wird ja von den Herausgebern selbst angeboten) auf einem aktuellen Stand zu halten. Nicht nur für Praktiker, auch für die wissenschaftliche Arbeit zu diesem Thema ist dieses Buch ein wichtiger Beitrag. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Als Handbuch kaum geeignet Von Exlibris Das Buch macht auf den ersten Blick einen ambitionierten Eindruck, aber der Versuch, das Phänomen Social Media zu verwissenschaftlichen, führt hier leider zu einem unbefriedigenden Ergebnis. Dieses Werk liest sich wie eine Sammlung von Diplomarbeiten, und der konkrete Nutzwert bleibt aus der Sicht eines Praktikers leider auf der Strecke. Wer auf der Suche nach einem lesbaren Handbuch auf dem genannten Gebiet ist, wird anderweitig sicher ein passenderes Angebot finden.

Pressestimmen Aus den Rezensionen: ... die Kombination von Wissenschaftlern und Akteuren der Tourismuspraxis verspricht eine umfassende Behandlung der Thematik. ... Insgesamt kann die Publikation damit allen, die sich mit Social Web - egal ob unter mehr wissenschaftlichem oder mehr anwendungsorientiertem Blickwinkel beschäftigen, als Basislektüre empfohlen werden, in dem für ganz unterschiedliche Zielgruppen eine Vielzahl von relevanten Aspekten zur Thematik behandelt und Hinweise auf vertiefende Darstellungen gegeben werden. (Andreas Kagermeier, in: tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, 2011, Vol. 3, Issue 1, S. 115) Kurzbeschreibung Die grundlegenden Mechanismen des Social Web im Tourismus werden in dem Buch für Praktiker wie für Tourismuswissenschaftler anschaulich beschrieben: von den theoretischen Grundlagen über praktische Anwendungen bis zu Best-Practice-Beispielen. Buchrückseite Das Buch ist für Praktiker in der Tourismusbranche und Akademiker gleichermaßen geeignet und zeigt in anschaulicher Weise die Mechanismen und Prinzipien des Social Webs im Tourismus auf. In den Beiträgen werden sowohl die theoretischen Grundlagen als auch die praktischen Anwendungen des Social Web erlutert, viele Best Practice Beispiele illustrieren die Thematik. Dem Leser werden die Bedeutung und die grundlegenden Mechanismen des Social Webs verständlich aufgezeigt, so dass er zukünftige Aktivitäten im Internet besser planen und auf neue Entwicklungen abstimmen kann. Das Buch richtet sich damit an Internetverantwortliche und Leistungsträger sowohl in Destinationen als auch an Reiseveranstalter und Intermedie im Tourismus. Es unterstützt die touristische Praxis der genannten Akteure durch Verstehensmodelle, Beispiele und Handlungsanweisungen. Auch für Tourismuswissenschaftler ist das Buch ein Einstieg in die touristische Praxis des Social Web.