

Presse-Information

Social Media Marketing

Wie Firmen den Schritt ins soziale Netz schaffen Fachbuch *Social Media Marketing* erschienen

Eine eigene Facebook-Unternehmensseite macht noch keine Social Media Marketingstrategie. Was Marketing- und Medienmanager beim Social Media Marketing beachten müssen, wie eine sinnvolle Strategie aussieht und welche konkreten Maßnahmen Erfolg bringen, zeigt das Buch *Social Media Marketing* (Cornelsen Verlag) von Gerald Lembke.

Anschaulich erläutert der Autor, wie sich Social Media als Instrument ins Marketing integrieren lässt. Praxisnah werden die Themen Entwicklung der Strategie, Social Media Planung, Umsetzung und Erfolgsmessung behandelt. Ein weiteres Kapitel erläutert, wie sich eine Social Media Strategie dauerhaft ins Unternehmen integrieren lässt. Ein Fallbeispiel eines mittelständischen Unternehmens veranschaulicht das Wissen und hilft dabei, es sofort in die Praxis umzusetzen. Ein eigenes [Online-Portal](#) sowie QR-Codes im Buch, die zu weiteren digitalen Arbeitsmaterialien führen, runden den 224 Seiten starken Band ab.

Professor Dr. Gerald Lembke ist Studiendekan an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Mannheim und Studiengangleiter der Studienrichtung „Medienmanagement und Kommunikation“. Als ausgewiesener Experte berät und publiziert er zum Thema Social Media.

Weitere Informationen:

www.berufskompetenz.de

<http://social-network-marketing.info/>

Social Media Marketing
Gerald Lembke
Herausgegeben in Zusammenarbeit mit der Social Media Akademie (Mannheim)
224 Seiten, kartoniert
Format: 17 x 24 cm
Euro (D) 18,95 | Euro (A) 19,50 | sFr 32,-*
ISBN 978-3-589-23908-5

Pressekontakt

Christine Jesse
Cornelsen Verlag
Mecklenburgische Str. 53
14197 Berlin
Tel.: 030/89 78 55 90
Fax: 030/89 78 55 99
christine.jesse@cornelsen.de
Berlin, 29. Juni 2011
www.cornelsen.de/presse