

Inhalt

Geleitwort Hans-Olaf Henkel	1
Einführung in das Thema „Forschung erfolgreich vermarkten“ Thomas Brand	13
Marketing und Kommunikation – eine Einführung Gerdum Enders	21
Unternehmenskontakte und Auftragsgewinnung – Schlüssel zu einem erfolgreichen Start Michael Woltering	37
Projektmanagement Martina Stangel-Meseke / Brigitte Diefenbach	53
Interviewt werden Werner Nowag	71
Die Pressemitteilung Edmund Schalkowski	93
Gesprächsführung – statt reden, wie der Schnabel gewachsen ist Hartwig Fuhrmann	111
Strategien für Meetings Hartwig Fuhrmann	129
Erfolgreiche Präsentation auf Messen, Ausstellungen und Kongressen Barbara Harbecke	145

Forschung erfolgreich vermarkten

Ein Ratgeber für die Praxis

Dortmund, U.

2003, VI, 158 S. 28 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-540-44078-9