

# Social Web im Tourismus:

Strategien - Konzepte - Einsatzfelder

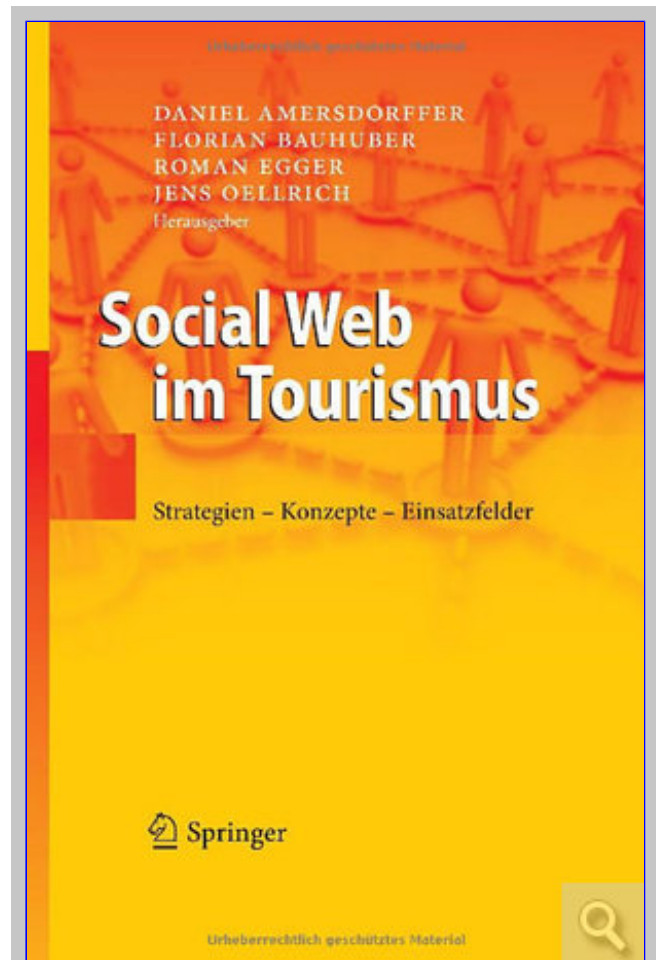
Aus dem Klappentext:

"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 erläutert, 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 Intermediäre 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."

Quelle: Daniel Amersdorffer, Florian Bauhuber, Roman Egger, Jens Oellrich (Hrsg.): Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder, Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2010

phaydon-Beitrag aus dem Buch:

- Kundenbewertungen in der eTouristik - Segen oder Fluch? Psychologie der Reiseentscheidung im Social Web (Daniel R. Schmeißer)
  - Einleitung
  - Der Einfluss von Nutzerbewertungen auf die Reiseentscheidung
  - Zur Psychologie der Nutzerbewertungen
  - Erfolgsfaktoren zur Einbindung von Nutzerbewertungen
  - Fazit: Chancen und Risiken von Empfehlungs- und Bewertungsverfahren in der Touristik



## Steckbrief

- Titel des Buchs: "Social Web im Tourismus: Strategien - Konzepte - Einsatzfelder"
- Umfang: 450 Seiten
- Erscheinungsdatum: August 2010
- ISBN 978-3-642-12507-2
- Preis: 69,95 €