

Social Media und Recht – Buchneuerscheinung der scm

24.10.2012, 13:44 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *SCM - School for Communication and Management*



Cover "Social Media und Recht"

Mit „Social Media und Recht – Juristische Fallstricke im Social Media Marketing“ veröffentlicht die scm das erste Buch in der neuen Reihe „scm kompakt“. Der Ratgeber ist ab sofort erhältlich.

In zwölf Kapiteln geben Dr. Markus Robak und Dr. Nils Weber Antworten auf die wichtigsten Fragen zu den Themen Nutzungsbedingungen der Social Media, Marken und Namensrechte, Impressumspflicht, Datenschutz-, Urheber-, Marken- und Wettbewerbsrecht. Sie geben Einblicke in das Presse- und Äußerungsrecht sowie Auskunft zu allgemeinen Haftungsfragen. Ein weiterer Fokus liegt auf dem Thema Social Media Guidelines.

„Social Media und Recht“ zeichnet sich durch zahlreiche Infoboxen und Checklisten sowie übersichtliche Texteinheiten aus, die dem Leser ein schnelles Nachlesen und Informieren ermöglichen. Zusätzliche Abbildungen veranschaulichen die beschriebenen Sachverhalte. Für den Social Media User wichtige Paragraphen werden verständlich erklärt und die rechtlichen Implikationen beschrieben.

Dieses kompakte Themenhandbuch richtet sich an Unternehmenskommunikatoren aus den Bereichen PR und Marketing sowie allen Mitarbeitern, die einen Überblick über die wichtigsten juristischen Grundlagen der Kommunikation im Social Web erhalten wollen.

„Social Media und Recht – Juristische Fallstricke im Social Media Marketing“ ist als Softcover und auch als E-Book erhältlich. Die Printausgabe hat 112 Seiten und kann über den Fachhandel (ISBN: 978-3-940543-20-2) oder direkt bei der scm zum Preis von 26,90 Euro bestellt werden.

Das E-Book (978-3-940543-25-7) ist ebenfalls über die scm wie auch die bekannten Online-Anbieter, z.B. Amazon und iTunes, zum Preis von 19,99 Euro erhältlich.

In der Reihe „scm kompakt“ erscheinen im Herbst und Winter 2012/2013 die Bücher „Like it or Plus it? – Facebook vs. Google Plus: Wie die beiden Netzwerke Ihre Unternehmenskommunikation verändern“ von Nemo Altenberger und Jan Eisenkrein, „Mitarbeiterzeitschrift – Print bleibt en vogue“ von Gerhard Vilsmeier und „Social Media und Krisen“ von

Daniel J. Hanke und Michael Manger.

Weitere Informationen unter: www.scmonline.de

Portrait

Die school for communication and management (scm) richtet sich mit ihrem Weiterbildungsprogramm an (angehende) Führungskräfte in Unternehmen, Institutionen, Verbänden und Agenturen aus unterschiedlichen Branchen. Dabei verbindet sie die Bereiche Kommunikation und Management mit gezielter öffentlicher und inhouse Weiterbildung in Form von Fachtagungen, Workshops und Intensivkursen und publiziert darüber hinaus Fachbücher.

News-ID: 673512 • Views: 1015 (Stand: 27.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/673512/Social-Media-und-Recht-Buchneuerscheinung-der-scm.html>