

Stefan Ablinger

Web 2.0 im Tourismus

Einsatzmöglichkeiten und Chancen für die
Kundenkommunikation touristischer Destinationen

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2010 GRIN Verlag
ISBN: 9783640659036

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/153646>

Stefan Ablinger

Web 2.0 im Tourismus

Einsatzmöglichkeiten und Chancen für die Kundenkommunikation touristischer Destinationen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Web 2.0 im Tourismus

Einsatzmöglichkeiten und Chancen für die
Kundenkommunikation touristischer Destinationen

BACHELORARBEIT 2

Bachelorstudium

**Unternehmensführung in der Tourismus- und
Freizeitwirtschaft**

Management Center Innsbruck

Verfasser

Stefan Ablinger

Mai, 2010

I INHALTSVERZEICHNIS

I Inhaltsverzeichnis.....	I
II Abbildungsverzeichnis.....	IV
III Abkürzungsverzeichnis.....	V
1 Einleitung	1
1.1 <i>Problemstellung.....</i>	2
1.2 <i>Ziel der Arbeit</i>	3
1.3 <i>Forschungsfrage und Hypothesen.....</i>	3
1.4 <i>Hypothesen</i>	3
1.5 <i>Aufbau.....</i>	4
2 Theorie	5
2.1 <i>Begriffsdefinitionen</i>	5
2.1.1 <i>Web 2.0.....</i>	5
2.1.2 <i>Abgrenzung der Begriffe Social Software und Web 2.0</i>	6
2.1.3 <i>Destination</i>	7
2.1.4 <i>DMO.....</i>	7
2.2 <i>Web 2.0.....</i>	8
2.2.1 <i>Die sieben Kernkompetenzen des Web 2.0</i>	9
2.2.2 <i>Vom Web 1.0 zum Web 2.0</i>	11
2.2.3 <i>Tourismus 2.0.....</i>	13
2.2.4 <i>Relevanz für touristische Destinationen.....</i>	15