

Digitale Unternehmenskommunikation

Unternehmen und Aktionäre sind seit Dekaden Gegenstand intensiver Corporate-Governance-Forschung. Selbstverständliche Prämisse war lange Zeit, dass Kleinaktionäre hohe Transaktionskosten und Kollektivhandlungsprobleme überwinden müssen, um in Kommunikation mit Unternehmen eintreten zu können. Fortschreitende Digitalisierung hat jedoch einen radikalen Paradigmenwechsel zur Folge, hin zu schnellen, adaptiven und breit verfügbaren Kommunikationsmedien. Ein verändertes Kommunikationsverhalten lässt sich nicht nur für Aktionäre und Organe des Unternehmens, sondern auch für Intermediäre besonders in der Anlageberatung beobachten. Der vorliegende Band greift diese Änderungen auf und analysiert sie empirisch sowie aus interdisziplinärer Perspektive, namentlich aus dem Blickwinkel von Rechtswissenschaften, Philosophie und Wirtschaftswissenschaften.

Cover

59,00 €

55,14 € (zzgl. MwSt.)

*vorbestellbar, Erscheinungstermin ca.
Februar 2025*

Artikelnummer: 9783161641114

Medium: Buch

ISBN: 978-3-16-164111-4

Verlag: Mohr Siebeck

Erscheinungstermin: 28.02.2025

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2025

Serie: SRDi

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 564 g

Seiten: 138

Format (B x H): 155 x 232 mm

