

# Inhoud

	<b>Inleiding</b>	7
<b>I</b>	<b>Het communicatiemodel en nieuwe media</b>	9
1.	Een nieuw communicatiemodel	10
2.	Informatie en informatieleveranciers	13
3.	Kanalen en opslagmedia	16
4.	De toegang tot de media	17
5.	De informatieconsument	19
<b>II</b>	<b>Nieuwe vormen van communiceren</b>	23
6.	Kanalen en transmissie	24
7.	Telefonie	25
8.	Omroep (broadcast)	27
9.	Internet	29
10.	En tot slot...	36
<b>III</b>	<b>Communicatie via nieuwe media</b>	39
11.	Bestaande communicatie-indeling beïnvloed	40
12.	Nieuwe disciplines	44
13.	Concerncommunicatie	46
14.	Andere corporate disciplines	50
15.	Interne communicatie	54
16.	Marketingcommunicatie	56
17.	Algemene toepassingen	59

<b>IV</b>	<b>Implementatie</b>	63
<b>18.</b>	Implementatieplan	64
<b>V</b>	<b>Woordenlijst nieuwe media</b>	69
	Over de auteur	83
	Verschenen als <b>communicatie</b> memo	84