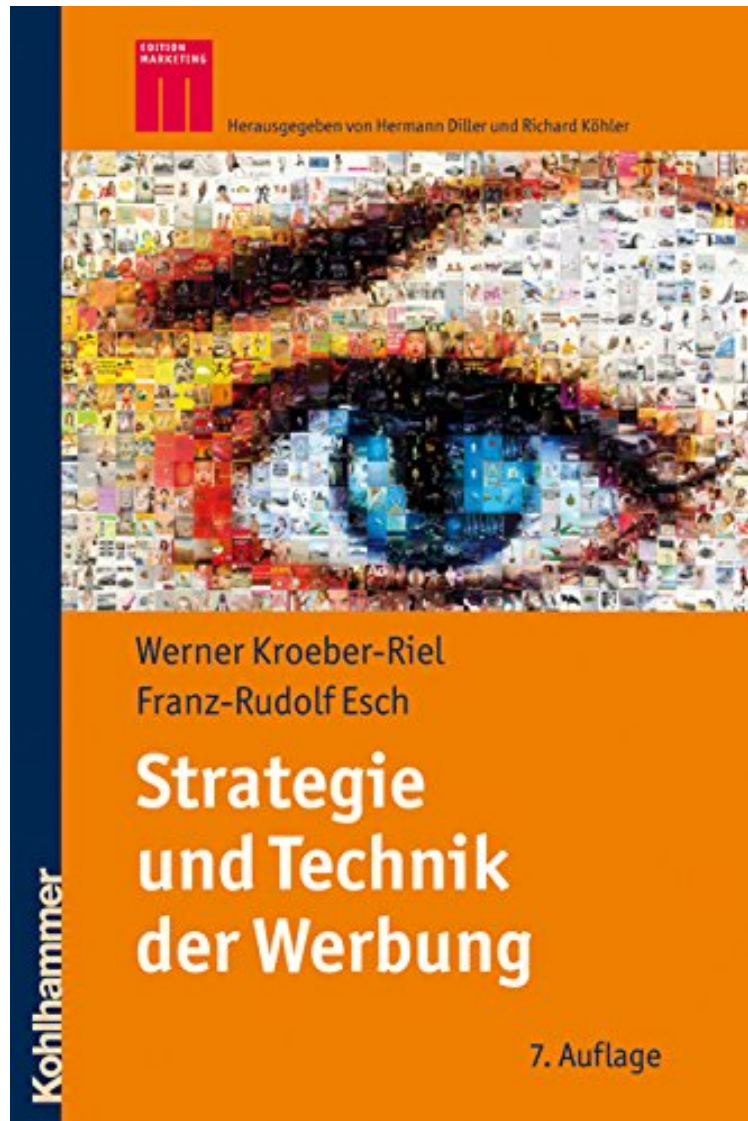


[DOWNLOAD] Strategie und Technik der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse (Kohlhammer Edition Marketing)

Strategie und Technik der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse (Kohlhammer Edition Marketing)

Von Werner Kroeber-Riel, Franz-Rudolph Esch
*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #568403 in BcherVerffentlicht am: 2011-03-17Abmessungen: .90 x 6.30b x 9.10l, 1.70 Pfund Einband: Gebundene Ausgabe404 Seiten | File size: 17.Mb

Von Werner Kroeber-Riel, Franz-Rudolph Esch : Strategie und Technik der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse (Kohlhammer Edition Marketing) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Strategie und Technik

der Werbung: Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse (Kohlhammer Edition Marketing):

Kundenrezensionen
Hilfreichste Kundenrezensionen
0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Naja, mich überzeugt dieses Buch nur teilweise
Von Klaus Peinhaupt
Fr mich etwas zu sehr im Powerpointstil erklärt, teilweise aber nicht auf den Punkt gebracht. Die Texte sind komplex, beziehen sich auf unzählige Studien, die abgeleiteten Zusammenfassungen erschließen sich mir persönlich eher als einzelne Fragmente, die nicht zu einem "Groen-Ganzen" hinführen. Trotz vieler kleinen Anregungen kein Werk, das mich komplett überzeugt. Viele Studien, die da eingeflossen sind, sind leider schlichtweg zu alt, um für die heutige Zeit noch große Aussagekraft zu besitzen (2008 hatte z.B. das Smartphone nicht annähernd die selbe Bedeutung für die Werbewirtschaft wie heute). Fazit: Für mich nicht unbedingt ein "must have" Standardwerk, aber als Ergänzung für Leute, die in der Werbung tätig sind, da und dort doch nützlich.
1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Empfehlung des Professors
Von Holly Colightly
Dieses Buch war eine Empfehlung meines Marketing-Professors speziell für eine Hausarbeit in Sachen Werbung bzgl. Käuferverhalten. Dieses Buch hat meine Erwartungen bertroffen, es beschreibt Sachverhalte kurz und knackig, bleibt dabei aber detailliert genug. Es lässt sich angenehm lesen und ist mit Grafiken und Bildern aus der Praxis untermalt sodass man auch das Beispiel richtig versteht! TOP TIPP!
2 von 5 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Bin begeistert
Von Helen
Wie und warum funktioniert Werbung? Was muss in der Kommunikation berücksichtigt werden und wie können wir unsere Markenidentität stärken? Wie positioniert man sich richtig und beeinflusst emotional und informativ? Tolle Antworten habe ich in dem Buch gefunden. Viele Beispiele und Abbildungen helfen zu verstehen.

Kurzbeschreibung
Die Werbelandschaft ist voll austauschbarer, langweiliger und blutleerer Werbung, die keinen Beitrag zur Markenaktualisierung und Markenprofilierung leistet. Es klafft eine Professionalitätslücke bei der Entwicklung und Umsetzung von Werbung. Bauchgefühl ist durch fundiertes Werbewissen zu ersetzen. Die Werbung ist an die sich ständig verschiebenden Markt- und Kommunikationsbedingungen anzupassen. Dies gilt sowohl für den klassischen Werbebereich als auch für Werbung im Internet sowie andere neue Medien. Strategien und Techniken der Werbung werden in der vorliegenden siebten Auflage wissenschaftlich fundiert, anschaulich und auf dem neuesten Stand internationaler Erkenntnisse vermittelt. Dabei fließen verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse zur Werbewirkung mit ein. Zahlreiche Praxisbeispiele dienen der Veranschaulichung.
ber den Autor und weitere Mitwirkende
Das klassische Lehrbuch von Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel (1934-1995) wird seit der fünften Auflage von Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch weitergeführt. Er ist Head of Marketing, Inhaber des Lehrstuhls für Markenmanagement und Automobil Marketing, Academic Director des Automotive Institute for Management, Direktor des Instituts für Marken- und Kommunikationsforschung der EBS Business School in Oestrich-Winkel sowie Gründer und wissenschaftlicher Beirat von ESCH. The Brand Consultants, Saarlouis.
The classic textbook by Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel (1934-1995) has been continued by Prof. Dr. Esch. He is head of marketing and holds the chair for brand management and car marketing, director of the automotive institute for management, director of the institute for brand and communication research of the EBS Business School in Oestrich-Winkel and founder and academic council of ESCH. The Brand Consultants, Saarlouis.