

Kindermarketing

Analyse und rechtliche Empfehlungen

Das Thema Kindermarketing wird überaus kontrovers diskutiert. Psychologen, Ökonomen, Pädagogen, Mediziner und Juristen vertreten unterschiedlichste Standpunkte, vom totalen Verbot bis hin zu der Auffassung, daß diese Form des Marketings vollkommen harmlos für Kinder ist. In diesem Buch wird Kindermarketing auf der Basis der Wirtschaftswissenschaften unter Berücksichtigung neuester Erkenntnisse der Psychologie und Neurologie analysiert und es werden rechtspolitische Empfehlungen für die Bundesrepublik Deutschland abgeleitet. Es wird den Fragen nachgegangen, wie Marketing auf Kinder wirkt, welche Konsumententscheidungen deshalb von ihnen getroffen werden, welche Konsequenzen für Kind und Gesellschaft daraus entstehen und wie Kinder vor Marketingeinflüssen und gefährlichen Konsumententscheidungen geschützt werden können. Die Antwort auf die Frage, wie 'wir' als Gesellschaft unsere Kinder mit den Marketingstrategien der Unternehmen konfrontiert wissen wollen, bildet das zentrale Element dieses Buches. Die Auseinandersetzung und erarbeiteten Lösungsvorschläge zum Thema Kindermarketing besitzen unmittelbare praktische und politische Relevanz.



146,50 €

136,92 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783631578490

Medium: Buch

ISBN: 978-3-631-57849-0

Verlag: Peter Lang

Erscheinungstermin: 25.08.2008

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2008

Serie: Schriftenreihe Ökonomische Analyse des Rechts. Law and Economics

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 800 g

Seiten: 600

Format (B x H): 148 x 210 mm

