Effertz

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 Konsumentscheidungen deshalb von ihnen getroffen werden, welche Konsequenzen für Kind und Gesellschaft daraus entstehen und wie Kinder vor Marketingeinflüssen und gefährlichen Konsumentscheidungen 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 Oekonomische Analyse des Rechts. Law and Economics
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 800 g
Seiten: 600
Format (B x H): 148 x 210 mm

Kundenservice Verlag Dr. Otto Schmidt KG
Neumannstraße 10, 40235 Düsseldorf | kundenservice@otto-schmidt.de | 0221-93738-997 (Inland)