

Werbung

Aspekte kommerzieller Kommunikation

Die Themen des aktuellen Schwerpunkts: Guido Zurstiege: Vom Künstlerplakat zur postideologischen Werbung. Kontinuität und Wandel der strategischen Kommunikation
Clemens Schwender: Werbewirkung aus medienpsychologischer Sicht Interview mit
Christian Scheier: Neuromarketing: die Überprüfung des Bauchgefühls Jo Reichertz:
Glück als Konsumgut? Massenmedien und die Werbung als Produzenten von
Glücksvorstellungen Interview mit Susanne Stark: 'Werbung ist ein Spiegel der Zeit!'
Claudia Mikat: Was darf Werbung? Interview mit Julia Busse: 'Alle Kugeln im
ordnungsgemäßen Zustand!' Über die Arbeit des Deutschen Werberates Tilmann P.
Gangloff: Neue Medien, alte Methoden. Die Quotenforschung ist hierzulande noch nicht
im Tablet-Zeitalter angekommen Klaus-Dieter Felsmann: Brausepulver und der Duft der
Peter Stuyvesant



24,00 €

22,43 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783744507431

Medium: Buch

ISBN: 978-3-7445-0743-1

Verlag: Herbert von Halem Verlag

Erscheinungstermin: 20.11.2013

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1., 4/2013 | 17. Jg.

Serie: tv diskurs. Verantwortung in
audiovisuellen Medien

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 423 g

Seiten: 120

Format (B x H): 210 x 297 mm

