

| | |
|-------------------------|--|
| 1. Record Nr. | UNINA9910460753903321 |
| Autore | Winkler Pia |
| Titolo | Neuromarketing im tourismus : Potenzielle Wirksamkeit in der Hotellerie // Pia Winkler |
| Pubbl/distr/stampa | Hamburg, [Germany] : , : disserta Verlag, , 2016 ©2016 |
| ISBN | 3-95935-087-2 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (291 p.) |
| Disciplina | 658.80019 |
| Soggetti | Neuromarketing Marketing - Psychological aspects Electronic books. |
| Lingua di pubblicazione | Tedesco |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Note generali | Description based upon print version of record. |
| Nota di bibliografia | Includes bibliographical references. |
| Nota di contenuto | Neuromarketing im Tourismus. Potenzielle Wirksamkeit in der Hotellerie; Abstract; Vorwort; Inhaltsverzeichnis; Abkürzungsverzeichnis; Abbildungsverzeichnis; Tabellenverzeichnis; Anlagenverzeichnis; I. Neuromarketing als Betrachtungsgegenstand in der Theorie; 1. Neuromarketing als mögliche Wissenschaftsdisziplin und Methodik des Marketings; 1.1 Wirtschaftliche und wissenschaftliche Bedeutung der Thematik und Begründung der Bearbeitung; 1.2 Vorstellung des für die Thematik ausgewählten Praxis-Unternehmens; 2. Grundlegende Auseinandersetzung mit dem Neuromarketing als Wissenschaftsdisziplin 4.2 Die Magnetresonanztomographie (MRT) 4.3 Die funktionale Magnetresonanztomographie (fMRI) 4.4 Die Magnetoenzephalographie (MEG) 4.5 Das Facial Action Coding System (FACS) 4.6 Das Eye-Tracking (ET) 4.7 Das Biofeedback 4.8 Auswirkungen auf das Neuromarketing; II. Neuromarketing als Betrachtungsgegenstand in der Praxis; 5. Ansätze zur Anwendung von Neuromarketing in der Praxis; 5.1 Vorstellung ausgewählter Forscher und Unternehmen mit Spezialisierung auf Neuromarketing; 5.2 Das Limbic® System von Hans-Georg Hausel; 5.3 Das Vier-Code-Modell von Christian Scheier 5.4 Der SalesBrain-Ansatz von SalesBrain 5.5 Vergleich der drei |

vorgestellten Ansatze; 6. Nutzen von Neuromarketing; 6.1 Zielgruppenanalyse; 6.2 Fehleinschätzungen in der Praxis und deren Relativierung; 6.3 Reflexion bereits bestehender Anwendungsbeispiele; 6.4 Potenzielle Wirksamkeit des Neuromarketings für die Hotellerie; 7. Vorwürfe gegenüber dem Neuromarketing und Ansätze für einen Ethik-Kodex; 7.1 Auswahl und Darstellung der scharfsten Vorwürfe; 7.2 Ansätze eines Ehren-Kodex als Gegenpol zu den Vorwürfen; III. Neuromarketing als Betrachtungsgegenstand einer empirischen Untersuchung

8. Darstellung des methodischen Vorgehens der empirischen Untersuchung

8.1 Vorstellung der Forschungshypothesen und der Hauptforschungsfragen; 8.2 Entwicklung von Hypothesen zur Wirkungsweise des Neuromarketings (Wirkungshypothesen); 8.3 Einordnung und Gestaltung der gewählten Forschungsmethode; 9. Auswertung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung; 9.1 Verständnis von Neuromarketing in Theorie und Praxis; 9.2 Validierung der Wirkungshypothesen; 9.3 Umgang mit den Instrumentarien - im Besonderen der bildgebenden Verfahren; 9.4 Stellungnahme zum Vorwurf der Manipulation

9.5 Abschließende Gesamtbewertung der Erhebung und Überprüfung der Forschungshypothesen

| | |
|-------------------------|---|
| 2. Record Nr. | UNICAMPANIAVAN0074701 |
| Titolo | La ceramica in Campania / Cavaliere ... [et al.] |
| Pubbl/distr/stampa | Salerno, : Società Dante Alighieri, [1996] |
| Descrizione fisica | 270 p. : ill. ; 21 cm. |
| Disciplina | 738.3094574 |
| Soggetti | Ceramiche - Salerno <prov.> - Storia |
| Lingua di pubblicazione | Italiano |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| 3. Record Nr. | UNICAMPANIAVAN00019957 |
| Autore | Ruzin, Steven E. |
| Titolo | Plant microtechnique and microscopy / Steven E. Ruzin |
| Pubbl/distr/stampa | Oxford, : Oxford university, 1999 |
| ISBN | 01-950895-6-1 |
| Descrizione fisica | XI, 322 p. : ill. ; 28 cm |
| Disciplina | 580.2827 |
| Lingua di pubblicazione | Inglese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |