

1. Record Nr.	UNINA9910153455103321
Autore	Altpeter Marco
Titolo	Akzeptanz von Beacons für Location-based Advertising [[electronic resource]] : Eine empirische Analyse aus konsumentenorientierter Sicht // von Marco Altpeter
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-16608-8
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XIII, 124 S. 11 Abb.)
Collana	BestMasters, , 2625-3577
Disciplina	658.872
Soggetti	Motivation research (Marketing) Market research Internet marketing Consumer Behavior Market Research/Competitive Intelligence Online Marketing/Social Media
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Ortsbezogene Dienstleistungen (Location-based Services) -- Ortsbezogene Werbung (Location-based Advertising) -- Beacon-Technologie -- Technologiefokussierte Akzeptanzforschung.
Sommario/riassunto	Marco Altpeter beschäftigt sich mit neuen Technologien für Location-based Services, wie bspw. (Bluetooth-)Beacons, und deren Einsatzmöglichkeiten im Marketing. Da eine kundenindividuelle Ansprache per Smartphone die Akzeptanz der Kunden voraussetzt, identifiziert der Autor empirisch Determinanten der Akzeptanz neuer Technologien am Beispiel von Location-based Advertising aus Konsumentensicht und untersucht sie auf der Grundlage der Strukturgleichungsmodellanalyse. Der Inhalt Ortsbezogene Dienstleistungen (Location-based Services) Ortsbezogene Werbung (Location-based Advertising) Beacon-Technologie Technologiefokussierte Akzeptanzforschung Die Zielgruppen Dozierende und Studierende sowie Fach- und Führungskräfte der Bereiche Marketing und elektronische Dienstleistungen Der Autor

Marco Altpeter M.A. ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Marketing und elektronische Dienstleistungen der Universität Koblenz-Landau.
