

| | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNINA9910464619903321 |
| Autore | Spiess Erika |
| Titolo | Konsumentenpsychologie // Erika Spiess |
| Pubbl/distr/stampa | Munich, Germany : , : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, , 2013 ©2013 |
| ISBN | 3-486-74865-3 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (172 p.) |
| Classificazione | AP 17080 |
| Disciplina | 659.1019 |
| Soggetti | Advertising - Psychological aspects Consumer behavior Electronic books. |
| Lingua di pubblicazione | Tedesco |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Note generali | Description based upon print version of record. |
| Nota di contenuto | Front Matter -- Teil I: Psychologie des Konsumentenverhaltens: 2 Der spezifische Kontext: Kaufen und Verkaufen. 3 Psychologische Grundlagen. 4 Psychologie der Werbung -- Teil I: Psychologie des Konsumentenverhaltens: 5 Differentielle Kundenpsychologie. 6 Interkulturelle Konsumentenpsychologie. 7 Pathologien: z. B. Kaufsucht. 8 Methoden der Konsumentenpsychologie -- Teil I: Psychologie des Konsumentenverhaltens: 9 Verbraucherschutz und -politik. 10 Ausblick. 11 Literatur -- Teil II: Neuere Aspekte der Konsumentenpsychologie -- Back Matter |
| Sommario/riassunto | Der Band bietet eine differenzierte Sicht auf den Konsumenten. Neben den Grundlagen aus der Psychologie wird auch auf den spezifischen Kontext eingegangen, in dem sich Konsumenten bewegen: so wirken zunehmend kulturelle Einflüsse auf den Kaufprozess ein. Es geht um den kompetenten Konsumenten, der mit den Anforderungen der modernen Konsumwelt umzugehen weiß. Aktuelle Themen wie der Konsument 2.0, die Markenpersönlichkeit, nachhaltiger Konsum im Jugendalltag und ethische Aspekte werden von Experten ergänzt. |