

1. Record Nr.	UNINA990007486560403321
Autore	Marussi, Antonio
Titolo	La tradizione cartografica italiana : come si crea una carta topografica moderna : nuovi orizzonti per la Geodesia / treconversazioni radiotrasmesse per L'Università internazionale Marconi dal prof. Antonio Marussi
Pubbl/distr/stampa	Firenze : Istituto Geografico Militare, 1950
Descrizione fisica	30 p., 4 tav. ; 22 cm + 2 c.ripieg.
Locazione	ILFGE
Collocazione	A-03-028
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	In testa al front.: Istituto Geografico Militare

2. Record Nr.	UNIORUON00278815
Autore	KAIROPHYLAS, G.K.
Titolo	Istorikai selides Tenou : Phrankokratia-Benetokratia-Tourkokratia 1207-1821 / Kosta Kairophyla
Pubbl/distr/stampa	Athena, : Estia, 1930
Descrizione fisica	222 p. ; 23 cm.
Soggetti	TINOS
Lingua di pubblicazione	Greco Moderno
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
3. Record Nr.	UNINA9910563002103321
Autore	Monhemius Kerstin Christiane
Titolo	Umweltbewußtes Kaufverhalten von Konsumenten : Ein Beitrag zur Operationalisierung, Erklärung und Typologie des Verhaltens in der Kaufsituation / H. Meffert, Kerstin Christiane Monhemius, Universität Münster
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1993
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (346 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 18
Soggetti	Occupational & industrial psychology Sales & marketing management Distribution & warehousing management Market research Conservation of the environment
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften

## Nota di contenuto

Aus dem Inhalt: Käuferverhaltensforschung - Divergenzen zwischen Umweltbewußtsein und Kaufverhalten - Psychische und verkaufsortbezogene Einflußgroßen umweltbewußten Kaufverhaltens in der Kaufsituation - Kurzlebige ökologierelevante Konsumgüter.

## Sommario/riassunto

Angesichts der Erkenntnis, daß trotz eines insgesamt gestiegenen Umweltbewußtseins das Kaufverhalten vieler Konsumenten nur wenig auf die Lösung der Umweltprobleme ausgerichtet ist, kommt der Forderung umweltbewußten Kaufverhaltens als marketing- und verbraucherpolitische Aufgabe besondere Bedeutung zu. Grundlegende Voraussetzung ist hierbei die Kenntnis der verhaltensbestimmenden Einflußgroßen, die den Zusammenhang zwischen Umweltbewußtsein und Kaufverhalten determinieren. Die vorliegende Arbeit hat sich daher zum Ziel gesetzt, einen Erklärungsansatz umweltbewußten Kaufverhaltens zu entwickeln und hierbei den Einflußgroßen in der Kaufsituation besondere Aufmerksamkeit zu widmen. Nach der theoriegeleiteten Diskussion zur Auswahl und Operationalisierung relevanter Variablen erfolgt eine Überprüfung des Erklärungsansatzes auf der Basis einer empirischen Untersuchung von 185 Konsumenten. Darüber hinaus werden marketing- und verbraucherpolitische Implikationen hergeleitet.