

1. Record Nr.	UNISOBLAEC00024182
Titolo	Thema
Lingua di pubblicazione	Non definito
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Collezione
2. Record Nr.	UNINA9910563006403321
Autore	Unger Mark
Titolo	Die Automobil-Kaufentscheidung : Ein theoretischer Erklärungsansatz und seine empirische Überprüfung / H. Meffert, Mark Unger
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1998
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (313 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 33
Soggetti	Business studies: general Sales & marketing management Distribution & warehousing management Market research
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: Wissenschaftstheoretischer Rahmen - Ausgangspunkte für eine Theorie der Automobil-Kaufentscheidung (Verhaltenswissenschaftliche und informationsökonomische Erklärungen des Automobil-Kaufentscheidungsverhaltens / Ableitung von Erklärungsparametern u.a.) - Elemente und deren Zusammenführung zu einer Theorie der Automobil-Kaufentscheidung (Risikowahrnehmung / Informationssuche und -quellen / Meinungsführerschaft / Produktbewertung / Automobilhandler / Marken- und Händlerloyalität) - Empirische Befunde zum Automobil-Kaufentscheidungsverhalten.

Wesentliche Voraussetzung für die Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit von Automobilherstellern und -händlern ist heute mehr denn je eine detaillierte Kenntnis über Einflußgrößen und Bestimmungsgründe des Kaufverhaltens von Automobilkäufern. Während in der Vergangenheit zumeist auf die Produktmerkmale eines Autos zur Verhaltensklärung der Käufer zurückgegriffen wurde, knüpft die Arbeit an dieser Stelle an und entwickelt mit Rückgriff auf verhaltenswissenschaftliche und informationsökonomische Theorien ein umfassendes Erklärungsmodell der Automobil-Kaufentscheidung. Mittels eines kausalanalytischen Untersuchungsdesigns wird der Automobilkauf dabei nicht nur unter reinen Produktaspekten analysiert, sondern es wird auch dargestellt, welchen Einfluß z.B. der Autohändler und die Persönlichkeit des Konsumenten sowie unterschiedliche Informationsquellen auf die Markenwahl haben. Die Antworten auf diese und andere im Rahmen der Untersuchung aufgeworfene Fragen liefern neue Einsichten in Struktur und Ablauf des Automobil-Kaufentscheidungsprozesses und damit wertvolle Hinweise für eine marktorientierte Unternehmensführung von Automobilherstellern und -händlern.

---

3. Record Nr.	UNINA9910758480003321
Autore	Lindblom Victor
Titolo	Vorstellungen und Überzeugungen : Zur Grenzziehung zwischen fiktionalen und nichtfiktionalen Erzählwerken mit Untersuchungen zu Max Frischs <i>Montauk</i> und Lukas Bärfuss' <i>Koala</i> / Victor Lindblom
Pubbl/distr/stampa	Paderborn, : Brill   mentis, 2022
ISBN	9783969752623 3969752620
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource
Collana	Explicatio ; 24
Disciplina	801.95014
Soggetti	Fiktionstheorie Erzähltheorie Interpretationstheorie Autofiktion Autobiographie Schweizer Literatur Gegenwartsliteratur Analytische Literaturwissenschaft theory of fiction narratology theory of interpretation autofiction autobiography swiss literature contemporary literature analytic literary studies
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Preliminary Material / Victor Lindblom -- Copyright page / Victor Lindblom -- Einleitung / Victor Lindblom -- Kapitel 1 Annäherung / Victor Lindblom -- Kapitel 2 Theorie I / Victor Lindblom -- Kapitel 3

Anwendung I / Victor Lindblom -- Kapitel 4 Evaluation / Victor Lindblom -- Kapitel 5 Theorie II / Victor Lindblom -- Kapitel 6 Anwendung II / Victor Lindblom -- Kapitel 7 Zusammenfassung: Thesen / Victor Lindblom -- Literatur / Victor Lindblom -- Dank / Victor Lindblom.

---

## Sommario/riassunto

Der Fokus der Studie liegt auf der Analyse des Fiktionalitätsstatus von Erzählwerken in der literaturwissenschaftlichen Praxis. Im Zentrum steht die Frage nach dem Zusammenhang zwischen Fiktionalität, der Vorstellungskraft und dem Handeln von Autorinnen und Autoren sowie Leserinnen und Lesern. Dabei wird eine wechselseitige Erhellung zweier Fragen unternommen: Was ist Fiktionalität und Nichtfiktionalität? Und: Welchen Fiktionalitätsstatus haben Max Frischs Montauk (1975) und Lukas Bärfuss' Koala (2014)? So werden Vorschläge erarbeitet und auf die Probe gestellt: eine literaturwissenschaftlich operationalisierte Definition von Fiktionalität und Nichtfiktionalität einerseits – eine Klassifikation der notorisch umstrittenen Fälle Montauk und Koala andererseits.

---