

1. Record Nr.	UNINA9910784019903321
Titolo	Consumer empowerment [[electronic resource] /] / guest editor: Len Tui Wright
Pubbl/distr/stampa	Bradford, England, : Emerald Group Publishing, c2006
ISBN	1-280-70554-X 9786610705542 1-84663-097-5
Descrizione fisica	1 online resource (236 p.)
Collana	European Journal of Marketing ; ; 40, no. 9/10
Altri autori (Persone)	WrightLen Tiu
Soggetti	Consumer behavior Consumers - Research
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	Cover; CONTENTS; EDITORIAL REVIEW BOARD; Guest editorial; Acknowledgement to referees; Enhancing consumer empowerment; The internet, consumer empowerment and marketing strategies; Mapping consumer power: an integrative framework for marketing and consumer research; The internet, information and empowerment; Assumed empowerment: consuming professional services in the knowledge economy; Consumer empowerment: a Foucauldian interpretation; Self-empowerment and consumption; Consumption as voting: an exploration of consumer empowerment Customer empowerment and relationship outcomes in healthcare consultations Brand community of convenience products: new forms of customer empowerment – the case "my Nutella The Community"; The evolution of the empowered consumer; "Mothers of invention": maternal empowerment and convenience consumption; Book reviews;
Sommario/riassunto	Guest Editor Len Tiu Wright's definition of consumer empowerment in marketing is: "A mental state usually accompanied by a physical act which enables a consumer or a group of consumers to put into effect their own choices through demonstrating their needs, wants and demands in their decision-making with other individuals or organizational bodies in the marketplace." Through this e-book, which

has received contributions from Australia, Canada, Italy, Portugal, UK and the USA, it is broadly argued that empowerment means consumers will become less passive in accepting whatever is offered by emplo

2. Record Nr.	UNISA996423848703316
Autore	Neidhofer Thilo (Universitat Linz, Osterreich)
Titolo	Arbeit an der Kultur : Margaret Mead, Gregory Bateson und die amerikanische Anthropologie, 1930-1950 / Thilo Neidhofer
Pubbl/distr/stampa	Bielefeld, : transcript Verlag, 2021
ISBN	3-8394-5693-2
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (440 p.)
Collana	Histoire ; 196
Disciplina	301.0973
Soggetti	Margaret Mead; Gregory Bateson; Anthropologie; Kultur; USA; 20. Jahrhundert; Wissenschaftsgeschichte; Kulturgeschichte; Wissenschaft; Amerikanische Geschichte; Geschichte des 20. Jahrhunderts; Geschichtswissenschaft; Anthropology; Culture; 20th Century; History of Science; Cultural History; Science; American History; History of the 20th Century; History
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Frontmatter -- Inhalt -- 1. Einleitung -- 1.1 Ausgangspunkte/Szenario -- 1.2 Ziele/Herangehensweise -- 1.3 Forschungszusammenhang -- 1.4 Aufbau der Arbeit -- 2. Auto/Biografisches self-fashioning -- 2.1 Karte und Gebiet -- 2.2 Ein auto/biografisches Leben - beobachten, dokumentieren, archivieren -- 2.3 Das Erbe verwalten/Biografie gestalten -- 2.4 Exkurs I: ›Leben‹ und ›Werk‹ - über die Rolle von Nachlassverwaltern -- 2.5 Biografie als Autobiografie -- 2.6 Autobiografie als Vorbild -- 2.7 Kunst vs. Wissenschaft -- 3. Arbeit an der Kultur I: Cultural Anthropology -- 3.1 Deutsch-amerikanische Übersetzungen -- 3.2 Wissenschaftlichkeit und Geltungsbereiche -- 3.3 Wissenschaftlichkeit und Amerikanisierung -- 3.4 Ideen und Ideale -- 3.5 Theoriebeziehungen/Beziehungstheorien -- 3.6 Culture and personality: Das Projekt Bali nimmt Gestalt an -- 4. Arbeit an der Kultur II: Fieldwork -- 4.1 Bali als Versprechen -- 4.2 Antimoderne: Die ›

Restaurierung der balinesischen Kultur -- 4.3 Der Bali-circle -- 4.4 Ein anthropologisches Labor: Bayung Gede -- 4.5 Exkurs II: Villageology - das Dorf als epistemologische Größe und Sehnsuchtslandschaft -- 4.6 Die Angst der Dorfbewohner -- 4.7 Ehe, ethnografisch -- 4.8 Exkurs III: Fieldwork - anthropologische Dinge in ethnografischer Zone -- 4.9 Visuelle Anthropologie -- 4.10 Anthropologie vs. Kolonialjustiz: Der Fall Walter Spies -- 5. Arbeit an der Kultur III: Cultural engineering -- 5.1 Culture als Interventionsfeld -- 5.2 Culture and personality vs. Totalitarismus -- 5.3 Moral herstellen -- 5.4 Demokratisches cultural engineering? -- 5.5 »What makes Nazis tick« -- 5.6 Militärische Zonen/ethnografische Zonen -- 5.7 Moral (zer-)stören -- 5.8 Krisen/Brüche -- 6. Schluss: Cybernetics, culture, personality -- 7. Anhang

Sommario/riassunto

Margaret Mead und Gregory Bateson gehörten in den 1930er und 1940er Jahren zu den führenden Vertretern der Cultural Anthropology in den USA. Die Anthropologie bot ihnen nicht nur einen Schlüssel, um das Verhältnis von »culture« und »personality« besser zu verstehen, sondern diente ihnen ebenso als Werkzeug, um die Haltung der amerikanischen Bevölkerung mit Blick auf den Zweiten Weltkrieg abzustimmen und ihre Feinde zu bekämpfen. So glaubte das Wissenschaftlerpaar daran, dass nur durch Arbeit an der Kultur der Aufbau einer friedlichen Welt gelingen könne. Diesen Selbst- und Weltdeutungspraktiken spürt Thilo Neidhofer am Beispiel ihrer Ehe nach.
