

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNISALENTO991003318339707536 |
| Autore | Hacker, Peter Michael Stephan |
| Titolo | Insight and illusion : Wittgenstein on philosophy and the metaphysics of experience / P.M.S. Hacker |
| Pubbl/distr/stampa | Oxford : Clarendon press, 1972 |
| Descrizione fisica | XVI, 321 p. ; 23 cm. |
| Disciplina | 193 |
| Soggetti | Wittgenstein, Ludwig |
| Lingua di pubblicazione | Inglese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
-
- | | |
|-------------------------|--|
| 2. Record Nr. | UNINA9910791721603321 |
| Autore | Levy Sidney J. <1921-> |
| Titolo | Brands, consumers, symbols, & research [[electronic resource]] : Sidney J. Levy on marketing / / Sidney J Levy ; compiled by Dennis W. Rook |
| Pubbl/distr/stampa | Thousand Oaks, Calif. ; ; London, : SAGE, c1999 |
| ISBN | 0-7619-1696-2
1-322-42024-6
1-4522-6459-7 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (xvii, 590 p.) : ill |
| Altri autori (Persone) | RookDennis W |
| Disciplina | 658.8 |
| Soggetti | Marketing - United States
Advertising - United States
Consumer behavior - United States |
| Lingua di pubblicazione | Inglese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |
| Note generali | Description based upon print version of record. |
| Nota di bibliografia | Includes bibliographical references and index. |
| Nota di contenuto | Cover; Dedication; Contents; Foreword; Introduction : Ideas of a Major Marketing Man; I. A LIFE IN THE MARKETPLACE; Chapter 1. Stalking the |

Amphisbaena (1996); Chapter 2. The Exemplary Research (1953); II. MARKETING; Chapter 3. Broadening the Concept of Marketing (1969); Chapter 4. Cigarette Smoking and the Public Interest (1963); Chapter 5. What Kind of Corporate Objectives ? (1966); Chapter 6. Beyond Marketing : The Furthering Concept (1969); Chapter 7. Demarketing, Yes, Demarketing (1971); Chapter 8. Marketing and Aesthetics (1974) Chapter 9. Marcology 101, or the Domain of Marketing (1976)Chapter 10. A Rejoinder: Toward a Broader Concept of Marketing's Role in Social Order (1979); Chapter 11. The Heart of Quality Service (1989); Chapter 12. Absolute Ethics, Relatively Speaking (1993); III. PRODUCTS AND BRANDS; Chapter 13. The Product and the Brand (1955); Chapter 14. Brands, Trademarks, and the Law (1981); Chapter 15. The Two Tiers of Marketing (1990); Chapter 16. Marketing Stages in Developing Nations (1991); Chapter 17. Defending the Dowager: Communication Strategies for Declining Main Brands (1993) IV. THE SYMBOLIC NATURE OF MARKETINGChapter 18. Symbols for Sale (1959); Chapter 19. Symbols of Substance, Source, and Sorcery (1960); Chapter 20. Symbolism and Life Style (1963); Chapter 21. The Public Image of Government Agencies (1963); Chapter 22. Imagery and Symbolism (1973); Chapter 23. Myth and Meaning in Marketing (1974); Chapter 24. Symbols, Selves, and Others (1981); Chapter 25. Meanings in Advertising Stimuli (1986); Chapter 26. Semiotician Ordinaire (1987); V CONSUMER ANALYSES AND OBSERVATIONS; Chapter 27. Constructing Consumer Behavior: A Grand Template (1991) Chapter 28. The Cake Eaters (1957)Chapter 29. Looking at the Ladies, Lately (1960); Chapter 30. Phases in Changing Interpersonal Relations (1962); Chapter 31. Social Class and Consumer Behavior (1966); Chapter 32. Psychosocial Reactions to the Abundant Society (1967); Chapter 33. The Discretionary Society (1970); Chapter 34. Emotional Reactions to the Cutting of Trees (1973); Chapter 35. Consumer Behavior in the United States (1977); Chapter 36. Arts Consumers and Aesthetic Attributes (1980); Chapter 37. Social Division and Aesthetic Specialization: The Middle Class and Musical Events (1980) Chapter 38. Psychosocial Themes in Consumer Grooming Rituals (1983) Chapter 39. Synchrony and Diachrony in Product Perceptions (1983); Chapter 40. Consumer Behavior in the United States:The Avid Consumer (1987); Chapter 41. Effect of Recent Economic Experienceson Consumer Dreams, Goals, and Behavior in the United States (1987); Chapter 42. Giving Voice to the Gift: The Use of Projective Techniques to Recover Lost Meanings (1993); Chapter 43. Cultural Harmonies and Variations (1993); VI. QUALITATIVE METHODS OF MARKETING STUDY; Chapter 44. Qualitative Research (1994) Chapter 45. Motivation Research (1987)

Sommario/riassunto

This volume assembles all Sidney J. Levy's and his collaborators' significant essays and studies in the field of marketing. His work includes marketing's role in management, how managers develop products and brands and how the marketplace is studied.

3. Record Nr.	UNINA9910814897403321
Titolo	Diachrone zugänglichkeit als prozess : kulturelle Überlieferung in systematischer Sicht // herausgegeben von Michael Hollmann und Andre Schuller-Zwierlein
Pubbl/distr/stampa	Berlin, [Germany] : , : De Gruyter Saur, , 2014 ©2014
ISBN	3-11-039590-8 3-11-031184-4
Descrizione fisica	1 online resource (498 p.)
Collana	Age of Access? : Grundfragen der Informationsgesellschaft ; ; Band 4
Classificazione	AN 73780
Disciplina	025.8/4
Soggetti	Library materials - Conservation and restoration Archival materials - Conservation and restoration Library materials - Digitization Archival materials - Digitization Museum conservation methods
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters.
Nota di contenuto	Frontmatter -- Age of Access? Grundfragen der Informationsgesellschaft -- Einleitung / Hollmann, Michael / Schüller-Zwierlein, André -- Grundlagen -- Diachrone Unzugänglichkeit: Versuch einer Prozesstypologie / Schüller-Zwierlein, André -- Gesellschaftliche Prozesse -- Langzeitzugänglichkeit von Informationen unter den leitmedialen Bedingungen des Internets / Pscheida, Daniela -- Leitmedium Internet - Persistenz und Flüchtigkeit / Schmidt, Jan-Hinrik -- Zum Begriff ‚Kulturerbe‘ und seiner Funktion für die diachrone Zugänglichmachung / Robertson-von Trotha, Caroline Y. / Schneider, Ralf H. -- Intergenerationelle Verantwortung und kulturelles Erbe / Birnbacher, Dieter -- Verlust-/Okklusionsprozesse -- Kulturgut in Gefahr: Katastrophen in Archiven und Bibliotheken / Barteleit, Sebastian -- Verstreute Informationsobjekte in Nachlässen / Asmus, Sylvia -- Was wird aus der Medienkunst? Herausforderungen ihrer materiellen, technischen und öffentlichen Zugänglichkeit / Buschmann, Renate --

Erhaltungsprozesse -- Zukunftsbilder in Erhaltungsstrategien / Holtorf, Cornelius / Högberg, Anders -- Neue Wege für den bundesweiten Originalerhalt / Hartweg, Ursula -- Digitale Langzeiterhaltung / Hänger, Andrea -- Auswahlprozesse -- Überlieferungsbildung in Archiven / Pilger, Andreas -- Problemfelder der Bestandsaussonderung in deutschen Bibliotheken / Stumpf, Gerhard -- Lost in tradition? Systematische und technische Aspekte der Erwerbung von Internetpublikationen in Archivbibliotheken / Alenhöner, Reinhard / Schrimpf, Sabine -- Die Verweildauerkonzepte bei Internetangeboten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten / Dörr, Dieter -- Wiedergewinnungsprozesse -- Die Bewahrung von Kulturgütern als authentische Informationsquellen / Janis, Katrin -- Der Museumsansatz bei der digitalen Langzeitarchivierung in Theorie und Praxis / Borghoff, Uwe / Krebs, Nico / Rödig, Peter -- Die Entzifferung untergegangener Schriften Wie sich verlorene Informationen wiedergewinnen lassen / Hajnal, Ivo -- Die Wiedergewinnung des Originals mit den Mitteln der Textkritik / Riesenweber, Thomas -- Epilog: Grundlagen zukünftiger Zugänglichkeit / Hollmann, Michael / Schüller-Zwierlein, André -- Über die Autorinnen und Autoren

Sommario/riassunto

Zugänglichkeit ist nicht einfach vorhanden, sondern geht laufend verloren, muss neu geschaffen oder erhalten werden: Anders als es der statische Begriff der kulturellen Überlieferung vermuten lässt, steuern vielfältige Mechanismen die Zugänglichkeit von Information über die Zeit hinweg. Hierzu zählen gesellschaftliche Prozesse ebenso wie Verlust-, Erhaltungs-, Auswahl- und Wiedergewinnungsprozesse. Während Untersuchungen zur kulturellen Überlieferung meist in Einzeldiskursen verhaftet bleiben, erarbeitet dieser Band eine interdisziplinäre Sicht auf die Langzeitzugänglichkeit von Informationen und präsentiert Beiträge aus Informatik, Bibliotheks- und Archivwesen, Kulturwissenschaft, Philologien und Restaurierungspraxis sowie Museumswesen. Ziel ist es, enge Fachsichten aufzulösen und Erkenntnisse über eine fachübergreifende systematische Überlieferungsplanung zu gewinnen.
