

1. Record Nr.	UNINA9910812078703321
Autore	Eicker Daniel Julius
Titolo	Brand communities [[electronic resource]] : Losing fur eine effektivere Markenkommunikation // Daniel Julius Eicker
Pubbl/distr/stampa	Hamburg, : Druck Diplomatica, 2008
ISBN	3-8366-0841-3
Descrizione fisica	1 online resource (67 p.)
Collana	Diplomarbeit
Disciplina	658 827
Soggetti	Brand name products Branding (Marketing)
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.
Nota di contenuto	Brand Communities; Inhaltsverzeichnis; Abbildungsverzeichnis; 1 Einleitung; 2 Wirkung von Brand Communities auf die Markenstarke; 3 Implikationen fur das Management von Brand Communities; 4 Schlussbetrachtung; Literaturverzeichnis
Sommario/riassunto	HauptbeschreibungDie Studie ""Brand Communities und Markenstarke"" befasst sich mit einem relevanten und interessanten Bereich des Markenmanagements. In Zeiten des zunehmenden Rechtfertigungsdrucks fur Marketingaufwendungen sind akademische Forschung und unternehmerische Praxis auf der Suche nach geeigneten Steuerungsgroßen und Kennzahlen, die den Nutzen von Marketingbudgets abbilden. Im Blickpunkt steht dabei insbesondere der Markenwert. An diesem Punkt setzt die vorliegende Diplomarbeit an und untersucht das Instrument ""Brand Community"" hinsichtlich des Einflusses auf die Marken