

1. Record Nr.	UNINA9910827395103321
Autore	Lange Juliane
Titolo	Neuromarketing : modelle und Anwendungen in der marketingpraxis / / Juliane Lange
Pubbl/distr/stampa	Hamburg, [Germany] : , : Diplomica Verlag GmbH, , 2014 ©2014
ISBN	3-8428-4285-6
Descrizione fisica	1 online resource (119 p.)
Disciplina	658.80019
Soggetti	Marketing - Psychological aspects Consumer behavior - Germany
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	""8. Ausblick""""9. Fazit""; ""Literaturverzeichnis""; ""Anhang""
Sommario/riassunto	Neuromarketing wird im Moment als wichtiger Trend des Marketings und der Marktforschung betrachtet. Dabei polarisiert es.Auf der einen Seite werden hohe Erwartungen an diese neue Forschungsrichtung gestellt; auf der anderen Seite wird ernuchternd festgestellt, dass es keine Wunder vollbringen kann. In erster Linie belegt Neuromarketing vieles, was bereits bekannt ist, mit wissenschaftlich fundierten Hintergrunden. Es hilft aber auch, die Produkt- und Kommunikationsgestaltung zu optimieren, und geht da weiter, wo die klassische Marktforschung an ihre Grenzen stößt. Dabei revolutioniert Neuromar