

1. Record Nr.	UNINA99111114835403321
Autore	Schnetkamp Gerd <1951->
Titolo	Einstellungen und Involvement als Bestimmungsfaktoren des sozialen Verhaltens : Eine empirische Analyse am Beispiel der Organspendebereitschaft in der Bundesrepublik Deutschland / H. Meffert, Gerd Schnetkamp
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1983
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (276 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 7
Disciplina	302
Soggetti	Social research & statistics Market research Public health & preventive medicine
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: Einstellung - Involvement - Social Marketing - «Organspender-Marketing» - Verhaltenswissenschaftliche Erklärungsansätze.
Sommario/riassunto	In den Forschungsansätzen zur Erklärung menschlichen Verhaltens rückt in jungster Zeit verstärkt das «soziale Verhalten» in den Mittelpunkt des Interesses. Dabei steht das Bemühen im Vordergrund, wesentliche Einflussgrößen des Verhaltens aufzudecken und zu systematisieren. Die vorliegende Arbeit untersucht den Erklärungs- und Prognosegehalt der verhaltenswissenschaftlichen Konstrukte «Einstellung» und «Involvement» für das soziale Verhalten und versucht eine Integration beider Variablen in einem multivariablen Erklärungskonzept. Die Betrachtungen basieren auf den Resultaten einer repräsentativen Befragung der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland.