



Holger Schramm / Johannes Knoll (Hrsg.)

Innovation der Persuasion. Die Qualität der Werbe- und Markenkommunikation in neuen Medienwelten

2014, 328 S., 30 Abb., 25 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-86962-087-9

Über dieses Buch: Die Gestaltung und Produktion von Medienangeboten ist zunehmend geprägt von Digitalisierung und dem Einsatz von Computertechnologien. Dadurch hat sich die Werbe- und Markenkommunikation im letzten Jahrzehnt rasant verändert. Wie innovativ sind die neuen Medienwelten aber tatsächlich – und für wen? Handelt es sich nicht – zumindest in Teilen – eher um alten Wein in neuen Schläuchen? Und wie sind dann die aktuelle Entwicklung in der Werbe- und Markenkommunikation und die betreffende wissenschaftliche Forschung zu bewerten? Die hier versammelten Beiträge bündeln und diskutieren die in Deutschland, Österreich und der Schweiz betriebene aktuelle Forschung zur Werbe- und Markenkommunikation in neuen und digitalen Medienumgebungen. Die Autorinnen und Autoren beschäftigen sich mit programmintegrierter Werbung, mit Onlinewerbung und Markenkommunikation in Social Networks, mit Werbepotenzialen von Social TV, Markenmedien und alternativen Werbeträgern wie den Ambient Medien sowie mit Perspektiven und der Zukunft der Werbe- und

Markenkommunikation. Die hier versammelten Beiträge sind damit nicht nur für Werbeforscher, sondern auch für die Werbe- und Medienbranche insgesamt relevant und hoch aktuell.

Autoren dieses Bandes sind: Andreas Baetzgen, Simone Buchmann, Astrid Carolus, Bastian Dinter, Julia Ebert, Jutta Emes, Robert Franzke, Silke Fürst, Volker Gehrau, Sabine Gruschwitz, Simone Huck-Sandhu, Maren Klepper, Johannes Knoll, Ingo Knuth, Thomas Koch, Sarah Kohler, Jörg Matthes, Burkhard Michel, Brigitte Naderer, Magdalena Obermaier, Sven Pagel, Christina Peter, Christiana Schallhorn, Julia Schmidt, Holger Schramm, Johannes Schulte, Michael Jendrik Schulz, Frank Schwab, Monika Suckfüll, Jörg Tropp, Patrick Weber, Werner Wirth und Lisa-Charlotte Wolter.

Weitere Informationen:
<http://www.halem-verlag.de/?p=12038>



Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Straße

Land, PLZ und Ort

E-Mail

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.