

Werner Pepels



Kommunikations- management

Die Kommunikations- und Identitätspolitik
im Marketing

5., komplett überarbeitete Auflage



Zahlr. Abb.; 743 S. 2014

Print: <978-3-428-14203-3> € 39,90

E-Book: <978-3-428-54203-1> € 39,90

Print & E-Book: <978-3-428-84203-2> € 49,90

Duncker & Humblot · Berlin

Der Klassiker der deutschsprachigen Werbeliteratur (1. Auflage: 1994) wurde für die nunmehr fünfte Auflage komplett überarbeitet, aktualisiert und zudem im Umfang gestrafft. Zahlreiche praktische Beispiele verstärken den Praxisbezug. Die Inhalte decken das komplette Spektrum des Kommunikations-Managements in Breite und Tiefe ab.

Das Werk ist an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Management positioniert. Von wissenschaftlichen Werken übernimmt es die Strukturierung und Analytik der Themenaufbereitung. In Abgrenzung zu diesen richtet es sich aber immer auf die konkrete Umsetzbarkeit der Inhalte und nicht primär auf den rein akademischen Erkenntnisgewinn. Von gängiger Praktikerliteratur unterscheidet es sich durch seinen systematischen Aufbau und die langjährig erprobte didaktische Konzeption. Diese Schnittstellenpositionierung entspricht im Übrigen dem Erfahrungshintergrund des Autors.

Das Werk wendet sich gleichermaßen an Kommunikations-Manager in Industrie und Dienstleistung sowie an Studierende mit Vertiefung Marketing und Kommunikation an wissenschaftlichen und angewandten Hochschulen sowie gehobenen Qualifizierungseinrichtungen.

Inhaltsübersicht

1. Kommunikationsvoraussetzungen	31
Grundlagen der Kommunikation – Begrifflichkeiten der Kommunikation – Kommunikative Wirkungen	
2. Elemente der Kommunikationsaufgabe	62
Inhalt und Form des Briefing – Darstellung des Angebotsumfelds – Basis der Marketingstrategie – Abgrenzung des Marktes – Einfluss von Marktfaktoren – Bestimmung der Werbeziele – Bestimmung der Werbeobjekte – Bestimmung des Werbebudgets	
3. Elemente der Konzeptentwicklung	149
Definition der Absatzquelle – Abgrenzung der Zielpersonengruppe – Festlegung der Positionierung – Entwicklung des Kampagnenformats	
4. Mediaplanung für Klassische Werbemittel	258
Budgetbewertung – Intermediavergleich – Intramediavergleich – Problemfelder der Mediaplanung	
5. Arten Nicht-klassischer Werbemittel	351
Online-Werbung – Schauwerbung – Produktausstattung – Verkaufsförderung – Dialogwerbung – Öffentlichkeitsarbeit – Verkaufsliteratur – Vergleich der Werbemittelgattungen	
6. Implementierung des Kommunikations-Mix	537
Werbegebiet – Werbeperiode – Werbeintensität – Mediadurchführung – Spezielle Werbeformen	

7. Beurteilungskriterien der Kommunikation	564
Effizienzmessung – Messverfahren – Verfahren der Werbeerfolgs- kontrolle – Verfahren der Werbeerfolgsprognose – Verfahren der Werbewirkungsprognose – Verfahren der Werbewirkungskontrolle – Grenzen der Werbeeffizienzmessung	
8. Mehrwertleistungen der Kommunikation	651
Global advertising – Integrierte Kommunikation – Externe Werbe- beratung – Interne Werbeabteilung	
Literatur- und Stichwortverzeichnis.....	730

Werner Pepels



Moderne Marktforschung

Systematische Einführung mit zahlreichen Beispielen und Praxisanwendungen

3., komplett überarbeitete Auflage

zahlr. Abb.; IV, 524 S. 2014

<978-3-428-14195-1> € 39,90

Auch als E-Book erhältlich

Das Hand- und Lehrbuch beschäftigt sich mit Theorie und Praxis der Marktforschung. Dazu gehören die Auswahlverfahren zur Erhebung und die Methoden der Primärerhebung von Informationen. Die Datenauswertung führt zu Erkenntnissen, die für Absatzprognosen genutzt werden können. Breiten Raum nehmen übergreifende sowie spezielle Praxisanwendungen der Forschungs-
verfahren ein. Hinzu kommen Trainingsaufgaben zur Selbstkontrolle.

verfahren ein. Hinzu kommen Trainingsaufgaben zur Selbstkontrolle.



Vertriebsmanagement

Die Distributions- und Verkaufspolitik im Marketing

2., erweiterte und komplett überarbeitete Auflage, 594 S.

<978-3-428-14204-0>

€ 49,90

Auch als E-Book erhältlich

Mit dem Band „Vertriebsmanagement“ liegt nunmehr in zweiter Auflage ein Lehr- und Handbuch zum Vertrieb vor, das sowohl Lehr- als auch Managementanforderungen gerecht wird. Von einem Lehrbuch hat es die systematisch-analytische Struktur, von einem Praktikerhandbuch die Anwendungs- und Transferorientierung.

von einem Lehrbuch hat es die systematisch-analytische Struktur, von einem Praktikerhandbuch die Anwendungs- und Transferorientierung.

Erscheint
voraussichtlich im
März 2014

Bestellung

Hiermit bestelle ich:

_____ Expl. Werner Pepels

Kommunikationsmanagement

Die Kommunikations- und Identitätspolitik
im Marketing

5., komplett überarbeitete Auflage, Zahlr. Abb.; 743 S. 2014

Print: <978-3-428-14203-3> € 39,90

E-Book: <978-3-428-54203-1> € 39,90

Print & E-Book: <978-3-428-84203-2> € 49,90

_____ Expl. Werner Pepels

Moderne Marktforschung

Systematische Einführung mit zahlreichen
Beispielen und Praxisanwendungen

3., komplett überarbeitete Auflage, zahlr. Abb.; IV, 524 S. 2014

Print: <978-3-428-14195-1> € 39,90

E-Book: <978-3-428-54195-9> € 39,90

Print & E-Book: <978-3-428-84195-0> € 49,90

_____ Expl. Werner Pepels

Vertriebsmanagement

Die Distributions- und Verkaufspolitik
im Marketing

2., erweiterte und komplett überarbeitete Auflage, 594 S.

Print: <978-3-428-14204-0> € 49,90

E-Book: <978-3-428-54204-8> € 49,90

Print & E-Book: <978-3-428-84204-9> € 59,90

Absender

E-Mail

Datum, Unterschrift

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden. Nutzung und Download von E-Books erfolgen über unsere eLibrary. Privatkunden erhalten den Zugang direkt beim Erwerb des E-Books über unseren Web-Shop.

Duncker & Humblot GmbH · Berlin

Postfach 41 03 29 · D-12113 Berlin · Telefax (0 30) 79 00 06 31

www.duncker-humblot.de