



Werner Pepels

Marketing-Kommunikation

Einführung in die Kommunikationspolitik

4., überarbeitete und erweiterte Auflage

zahlr. Abb., 344 Seiten, 2020

Print: <978-3-428-18037-0> € 34,90

E-Book: <978-3-428-58037-8> € 31,90

Bei Werbung redet jeder gerne mit und viele kennen sich vermeintlich gut damit aus. Dabei stecken hinter der Marketingkommunikation gleichermaßen komplexe wie komplizierte Sachverhalte, die selten mit der nötigen theoretischen Tiefe und der praktischen Relevanz ausformuliert werden. Anders im vorliegenden Buch, das einen fundierten und umfassenden Überblick über die wichtigsten Facetten der Marketingkommunikation gibt. Denn ohne Kenntnis der zugrunde liegenden Prinzipien ist ein dauerhafter Markterfolg beinahe nicht zu realisieren.

Inhalt

1. Grundlagen der Kommunikation

Prinzipien der Kommunikation — Abläufe der Kommunikation — Begrifflichkeiten der Kommunikation — Arten der Kommunikation

2. Eckpfeiler der Kommunikation

Kommunikationsziele — Kommunikationsobjekte — Kommunikationsbudget — Kommunikationszeitraum — Kommunikationsgebiet

3. Kampagnenformatierung

Zielgruppenbestimmung — Nutzenversprechen in der Werbung — Stilkomponenten der Werbung — Anforderungen an »gute« Werbung

4. Klassische Werbung

Werbemittel Anzeigen — Werbemittel Spots — Werbemittel Plakate — Profile der Klassischen Medien — Anforderungen bei der Medienauswahl — Werbeträgerauswahl bei Klassischer Werbung — Besonderheiten der Fachwerbung — Optimierung der Medialeistung — Mediadurchführung

5. Nicht-klassische Werbung

Öffentlichkeitsarbeit — Online-Medien — Schauwerbung — Dialogwerbung — Absatzunterstützung — Intermediavergleich bei nicht-klassischer Werbung

6. Integration der Kommunikationsmaßnahmen

Integrationsinhalte — Corporate Identity — Außenwahrnehmung eines Anbieters — Internationale Marketingkommunikation — Werbeagentur-einbindung

7. Kommunikationscontrolling

Messung der Kommunikationsleistung — Werbewirkungsprognose — Werbeerfolgsprognose — Werbewirkungskontrolle — Werbeerfolgskontrolle — Problematik der Werbetestverfahren

8. Ethik in der Werbung

Literatur- und Sachwortverzeichnis

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden.

Nutzung und Download von E-Books erfolgen über unsere eLibrary.

Tel.: 030/790006-0 · werbung@duncker-humblot.de · verkauf@duncker-humblot.de

www.duncker-humblot.de