

INHALTSVERZEICHNIS

Marktsegmentation und Marktverhalten

| | |
|--|-----|
| R. BERGLER: Konsumententypologie | 11 |
| J. N. SHETH: Eine zusammenfassende Übersicht zum Käuferverhalten | 143 |

Kommunikation und Identifikation

| | |
|--|-----|
| G. GÜTTNER: Identifikationsmodelle und Konsumverhalten | 198 |
| R. BERGLER: Dimensionen der Werbemittelanalyse | 220 |
| H. THOMAE: Das Problem der unterschwelliger Werbung | 270 |

Erstverwender neuer Produkte

| | |
|---|-----|
| J. M. BOHLEN et al.: Die Übernahme neuer landwirtschaftlicher Ideen | 286 |
| T. S. ROBERTSON: Soziale Faktoren bei innovativem Verhalten | 299 |

Psychologie des Geldes

| | |
|---|-----|
| C. F. GRAUMANN und D. FRÖHLICH: Ansätze zu einer psychologischen Analyse des sogenannten Steuerwiderstandes | 322 |
|---|-----|

Personal-Marketing

| | |
|---|-----|
| D. STEINBRECHER: Personalwerbung und Firmenbild | 347 |
| D. TIMNER: Berufsstatus und Personalwerbung | 357 |