

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