



Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition)

Kristina Damm-Volk

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition)

Kristina Damm-Volk

Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) Kristina Damm-Volk

Projektarbeit aus dem Jahr 2008 im Fachbereich Sport - Sportökonomie, Sportmanagement, Note: keine, Georg-August-Universität Göttingen (Institut für Sportwissenschaften), Veranstaltung: Sportmanagement: Buzz-Marketing WS 2007/08, 77 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Kommunikation ist ein Markt, auf dem der Tausch und die Produktion von Informationen in relativ organisierter Form stattfindet. Das Tauschmedium ist Geld, oder die Vergabe von Sympathie und Kompetenzbewertung. An diesem Markt partizipieren Marketing-Management und Konsumenten.

Die Thematik des Buzz-Marketing beinhaltet Bereiche unterschiedlicher Disziplinen. Buzz-Marketing nutzt Erkenntnisse aus der Sozialgeographie, der Wirtschafts- und Sozialpsychologie sowie aus der Soziologie, Sportwissenschaft und der Wirtschaftswissenschaft. Diese Disziplinen haben Kommunikation als Untersuchungsgegenstand und ihre Bedeutung. Soziologie, Sport und Geographie sind in ihren Erkenntnissen miteinander verknüpft. Die Geographie beschreibt den Raum als Lebensumfeld des Menschen, dies kommt auch zum Ausdruck des local-buzz. Der Begriff Marketing ist geprägt als eine klassisch-moderne Unternehmensphilosophie:

Marketing is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organisational objectives.“ AMA in. (Meffert, H. 2000, S.9)

Buzz-Marketing ist die Verbreitung und Empfehlung von Werbeinformationen und Appellen, die von Person zu Person erfolgen über ein vom Sender ausgewähltes Medium, deren Bedeutung und Wirksamkeit im hohen Maße abhängig ist durch die Authentizität des Inhaltes der Botschaft, der Vertrauenswürdigkeit des Senders und der angenommenen Selbstlosigkeit seitens des Empfängers für die erhaltene Information. Erfolgreiches Buzz-Marketing wird kreiert mit klassischen Kommunikationsinstrumenten und Kommunikationstechnologien. Kommunikationsstrategien im Buzz-Marketing berücksichtigen Erkenntnisse aus der Wirtschaftspsychologie. Erkenntnissen kognitiver Theorien (Konsistenztheorien) können zur positiven Wirkung von Interaktion im Buzz-Marketing beitragen. Die Methode des Buzz-Marketing kann anhand der Einstellungsforschung untersucht werden.

„übereinstimmende Interessen, Einstellungen und Wertvorstellungen sind wichtige Aspekte der Anziehung in der Gruppe, da die Mitglieder ihre eigene Meinung ausdrücken und in der Gegenwart auch bestätigt sehen möchten.“ (Mann, L. 1987, S. 51)

 [Download Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektiv ...pdf](#)

 [Read Online Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspekt ...pdf](#)

Download and Read Free Online Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) Kristina Damm-Volk

From reader reviews:

Richard Martinez:

In this 21st century, people become competitive in most way. By being competitive at this point, people have do something to make them survives, being in the middle of often the crowded place and notice by means of surrounding. One thing that occasionally many people have underestimated the item for a while is reading. Yeah, by reading a reserve your ability to survive raise then having chance to stand than other is high. For you who want to start reading the book, we give you this particular Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) book as beginning and daily reading reserve. Why, because this book is greater than just a book.

Angela Dickens:

The book Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) will bring you to the new experience of reading a new book. The author style to explain the idea is very unique. When you try to find new book to read, this book very suited to you. The book Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) is much recommended to you to study. You can also get the e-book from the official web site, so you can more easily to read the book.

Omar Hinojosa:

A lot of people always spent their own free time to vacation or perhaps go to the outside with them friends and family or their friend. Are you aware? Many a lot of people spent these people free time just watching TV, as well as playing video games all day long. If you would like try to find a new activity here is look different you can read some sort of book. It is really fun for you personally. If you enjoy the book which you read you can spent the whole day to reading a book. The book Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) it is very good to read. There are a lot of folks that recommended this book. We were holding enjoying reading this book. If you did not have enough space to create this book you can buy typically the e-book. You can m0ore very easily to read this book from a smart phone. The price is not too expensive but this book has high quality.

Cheryl Estrella:

As a pupil exactly feel bored in order to reading. If their teacher questioned them to go to the library or make summary for some book, they are complained. Just tiny students that has reading's soul or real their interest. They just do what the instructor want, like asked to the library. They go to presently there but nothing reading seriously. Any students feel that examining is not important, boring as well as can't see colorful photographs on there. Yeah, it is to become complicated. Book is very important to suit your needs. As we know that on this time, many ways to get whatever you want. Likewise word says, ways to reach Chinese's country. Therefore , this Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie:

Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) can make you truly feel more interested to read.

Download and Read Online Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) Kristina Damm-Volk #52QX897ZWP4

Read Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) by Kristina Damm-Volk for online ebook

Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) by Kristina Damm-Volk Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) by Kristina Damm-Volk books to read online.

Online Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) by Kristina Damm-Volk ebook PDF download

Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) by Kristina Damm-Volk Doc

Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) by Kristina Damm-Volk Mobipocket

Buzz-Marketing im und mit Sport aus der Perspektive der Wirtschaftspsychologie: Ein interdisziplinärer Ansatz (German Edition) by Kristina Damm-Volk EPub