



A 6814

Universal-Bibliothek Nr. 9522

Alle Rechte vorbehalten

© 1975, 1997 Philipp Reclam jun. GmbH & Co., Stuttgart

Veränderte Ausgabe 1997

Gesamtherstellung: Reclam, Ditzingen. Printed in Germany 2001

RECLAM und UNIVERSAL-BIBLIOTHEK sind eingetragene Marken

der Philipp Reclam jun. GmbH & Co., Stuttgart

ISBN 3-15-009522-0

Wpisano do Księgi Akcesji

Akc.D/nr. 29/04/BA

Inhalt

I. Vorwort	4
II. Werbetexte (1–187)	6
1. Produktnamen	6
2. Slogans (1–155)	7
3. Anzeigen (156–180)	13
4. Werbebriefe (181–182)	24
5. Rundfunkwerbung (183–187)	29
III. Texte und Daten zur Werbung (188–207)	31
1. Geschichtlicher Hintergrund (188)	31
2. Werbung als Kommunikationsprozeß (189–192)	34
3. Werbung als wirtschaftlicher Faktor (193–201)	37
4. Verkaufspsychologie (202–203)	50
5. Werbesprache (204–207)	53
IV. Arbeitsvorschläge	64
1. Begriffserläuterungen	64
2. Werbung als Kommunikationsprozeß	66
3. Werbung als wirtschaftlicher Faktor	67
4. Verkaufspsychologie	70
5. Werbesprache	76
V. Quellenverzeichnis	80
VI. Literaturhinweise	82