

Kenning

## Consumer Neuroscience

Ein transdisziplinäres Lehrbuch

---

Das junge Fachgebiet der Consumer Neuroscience verfolgt die Idee, neurowissenschaftliche Methoden, Theorien und Erkenntnisse in die Konsumenten- und Käuferverhaltensforschung zu integrieren. Damit sollen traditionelle verhaltenswissenschaftliche Ansätze ergänzt und neue Kenntnisse gewonnen werden. Das vorliegende Lehrbuch stellt vor diesem Hintergrund den aktuellen Stand der Consumer Neuroscience in leicht verständlicher Form dar. Die Neuauflage wird dabei ergänzt um aktuelle Ergebnisse der internationalen Marketingforschung, so u.a. das Konzept des "Marketing-Placebo-Effekts". In methodischer Hinsicht wird die mobile fNIRS vorgestellt, die neuerdings zur Untersuchung von Preiswahrnehmung, Werbewirksamkeit, Branding und Käuferverhalten verwendet werden kann.

Cover



**49,00 €**

45,79 € (zzgl. MwSt.)

*Lieferfrist: bis zu 10 Tage*

---

**Artikelnummer:** 9783170373518

**Medium:** Buch

**ISBN:** 978-3-17-037351-8

**Verlag:** Kohlhammer

**Erscheinungstermin:** 26.08.2020

**Sprache(n):** Deutsch

**Auflage:** 2. erweiterte und aktualisierte Auflage 2020

**Produktform:** Kartoniert

**Gewicht:** 388 g

**Seiten:** 260

**Format (B x H):** 155 x 232 mm

