

**Springer Gabler**1st
edition1. Aufl. 2019, XIV, 223 S.
37 Abb., 16 Abb. in Farbe.**Printed book**

Softcover

Printed book

Softcover

ISBN 978-3-658-25363-9

\$ 44,99

Available

Discount group

Professional Books (2)

Product category

Professional book

Business and Management : Corporate Communication/Public Relations

Kemming, Jan Dirk, Rommerskirchen, Jan (Eds.), Hochschule Fresenius, Köln, Germany

Marken als politische Akteure

- **Marken werden als eigenständige Kommunikatoren im Markt und in der Gesellschaft betrachtet**
- **Behandelt theoretische Grundfragen der Markenkommunikation**
- **Erläutert praktische Konsequenzen für das Marketing in Unternehmen**

Eine ausführliche Betrachtung der politischen Markenkommunikation. Marken kommunizieren zunehmend eine Position zu gesellschaftlichen und politischen Themen. Sie nehmen Stellung zu Fragen der sozialen Verantwortung und Gerechtigkeit, der Nachhaltigkeit und des ökologischen Konsums sowie zu gesellschaftspolitischen Trends und Kampagnen. Dieses Buch behandelt die theoretischen Grundfragen der Markenkommunikation und die praktische Umsetzung der strategischen Markenführung zwischen Gesellschaft und Politik. Die einzelnen Beiträge betrachten diese Entwicklung als einen ambivalenten Prozess und untersuchen seine Chancen und Risiken für den gesellschaftspolitischen Diskurs. Die Autoren beantworten in diesem Buch zahlreiche Fragen zur politischen Markenkommunikation. Zu den Inhalten gehören unter anderem die folgenden:

- Die Wechselbeziehung von Politik und Marken
- Marken als politische Akteure und engagierte Bürger in der Demokratie
- Die gesellschaftliche Rolle von Marken in der Systemtheorie
- Die gesellschaftliche Rolle von Marken im kommunikativen Konstruktivismus
- Moralische Marken als soziale Akteure
- Marken und Kultur - historische Entwicklung und theoretischer Ausblick
- Die Politisierung der CSR
- Marken zwischen Lobbying und Public Affairs
- Der CEO als politischer Leuchtturm und Aktivist der Marke
- Purpose Branding und Brand Activism
- Agenda Surfing und politische Achtsamkeit
- Marken und Politik im Marketing
- Agenturen als Werber und Kommunikator

Damit empfiehlt sich dieses Buch nicht nur für Mitarbeiter und Geschäftsführer von Werbeagenturen, sondern auch für Leser mit einem Interesse an politischem Marketing.

Order online at springer.com/booksellers**Springer Nature Customer Service Center LLC**

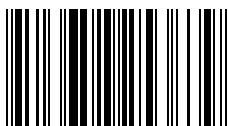
233 Spring Street

New York, NY 10013

USA

T: +1-800-SPRINGER NATURE

(777-4643) or 212-460-1500

customerservice@springernature.com

ISBN 978-3-658-25363-9 / BIC: KJSP / SPRINGER NATURE: SC513040

Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. Americas: Tax will be added where applicable. Canadian residents please add PST, QST or GST. Please add \$5.00 for shipping one book and \$ 1.00 for each additional book. Outside the US and Canada add \$ 10.00 for first book, \$5.00 for each additional book. If an order cannot be fulfilled within 90 days, payment will be refunded upon request. Prices are payable in US currency or its equivalent.