

Global Advertising In A Cultural Context

[DOWNLOAD HERE](#)

1;Global Advertising in a Cultural Context;1 1.1;TABLE OF CONTENTS;3 1.2;LIST OF FIGURES AND TABLES;4 1.3;1 Objectives and Structure of this Book;5 1.4;2 The Concept of Culture;7 1.4.1;2.1 Definitions of Culture;7 1.4.2;2.2 Elements of Culture;8 1.4.3;2.3 Culture and Consumer Behavior;12 1.4.3.1;2.3.1 Hofstede s Five Dimensions;13 1.4.3.2;2.3.2 High-Context Cultures versus Low-Context Cultures;16 1.5;3 Global Advertising;19 1.5.1;3.1 Characteristics of Advertising;19 1.5.2;3.2 Advertising as a Communication Tool;21 1.5.2.1;3.2.1 Advertising Strategy;21 1.5.2.2;3.2.2 Advertising Execution;25 1.5.3;3.3 Specifics of Global Advertising;27 1.5.4;3.4 Standardization of Global Advertising;29 1.5.4.1;3.4.1 Kinds of Standardization;29 1.5.4.2;3.4.2 Arguments for Standardization;30 1.5.4.3;3.4.3 Arguments against Standardization;32 1.5.4.4;3.4.4 Culture and Global Advertising Strategy;34 1.5.4.5;3.4.5 Culture and Global Advertising Execution;38 1.6;4 Overcoming Cultural Differences;49 1.6.1;4.1 Culture-free Products;49 1.6.2;4.2 Cross-Cultural Market Segments;52 1.6.3;4.3 Universal Appeals;53 1.6.4;4.4 Culture Cluster;54 1.6.5;4.5 The Country-of-Origin Effect;56 1.6.6;4.6 The Middle-of-the-Road Approach;58 1.7;5 Conclusion;61 1.8;Bibliography;63 EAN/ISBN : 9783836619950 Publisher(s): Diplomica Discussed keywords: Hofstede, Werbung Format: ePub/PDF Author(s): Milenkovic, Mirjana

[DOWNLOAD HERE](#)

Similar manuals:

[Global Advertising In A Cultural Context](#)

[Critical Analysis Of Hofstede's Model Of Cultural Dimensions](#)

[Discussing Hofstede Within The International Context](#)

[Critical Reflection Of The U.S. Subprime-crisis' Origin By Using Hofstede S Theory Of Cultural Dimensions](#)

[Firmenwerbung Anhand Des Corporate Design - Dagmar Roscher](#)

[Die Strafrechtliche Beurteilung Der Progressiven Kundenwerbung - Oliver Kettner](#)

[Staatsausbau Durch Kolonisation: Die Planmäßige Anwerbung Von Deutschen Und Ihre Ansiedlung Im Russischen Reich Unter Katharina II. - Eduard Luft](#)

[Zum Einsatz Von Celebrities In Der Werbung - Falk Kähler](#)

[Wertewandel In Der Werbung Von Banken, Versicherungen Und Bausparkassen - Kai Wengenroth](#)

[Schockierende Werbung: Wesen Und Wirkungsweise - Agnes Trojan](#)

[Werbung Im Internet - Tatjana Butorac](#)

[Konsistenzmechanismen In Werbung Und Verkauf - Stefan Probst](#)

[Werbung Von Buchverlagen - Stefanie Theil](#)

[Erfassen Einer Bewerbung Im EDV-System People-Soft \(Unterweisung Industriekaufmann/ -frau\) - Manuel Rauschenberg](#)

[Prozyklische Versus Antizyklische Werbung - Julia Anker](#)

[Prominente Und Kunst: Prominente In Der Fernsehwerbung - Gerald Buttinger](#)

[Angstappelle In Der Werbung - Philipp Hammermeister](#)

[Werbung - Oliver Burkert](#)

[Kinder Und Jugendliche Als Zielobjekte Der Werbung - Andre Herkendell](#)

[Darstellung Von Werbung In Verschiedenen Medien - Juliane Weuffen](#)

[Der Slogan In Der Anzeigenwerbung - Martin Strang](#)

[Interkulturelle Marktkommunikation - Kritische Analyse Der Kulturdimensionen Nach Hofstede: Kritische Analyse Der Kulturdimensionen Nach Hofstede - , Janina Michel](#)

[Werbung In Geschlechterspezifischen Zeitschriften: Der Vergleich Von Männer- Vs. Frauenzeitschriften - Dennis Worbs](#)

[Die Trennung Von Werbung Und Programm Im Fernsehen - Ellen Stickel](#)

[Die Kleinen Mit Viel Geld - Das Werbeverbot In Kindersendungen: Die Problematik Von Kindern Als Zielgruppe Der Werbung - Benedikt Reichel](#)

[Onlinewerbung In Der Musikindustrie -Internet Als Marketing- Und WerbeinstrumentOnlinewerbung In Der Musikindustrie -Internet Als Marketing- Und Werbe - Ariana Mohar](#)

[Frauen- Und Männerbilder In Der Wirtschaftswerbung Des 20. Jahrhunderts - Der Starke Karrieremann: Der Starke Karrieremann - Michael Hamoser](#)

[Rahmenbedingungen Und Einschränkungen Der Werbung In Deutschland - Ralph Bechtel](#)

[Online-Werbung: Werbeformen Und -formate Und Der Einsatz In Der Praxis - Andre Hoffend](#)

[Internetwerbung Und Werbeerfolgskontrolle - Heike Simons](#)

[Reichweitenmessung Für Internetwerbung - Eine Würdigung Des Modells Der AGOF: Eine Würdigung Des Modells Der AGOF - Danilo Engel](#)

[Testimonials In Der Werbung: Prominente In Der Werbung Als Mittel Zur Markenprägung - Kristin Alena Sadowski](#)

[Rhetorik Der Werbung In Film Und Fernsehen - Lampros Tsikopoulos](#)

[Wie Weit Darf Werbung Gehen? - , Peter Wegmann](#)

[Interkulturelles Marketing: Werbestile Im Kulturvergleich - Werbung In Frankreich: Werbung In Frankreich - Sabine Schrenk](#)

[Einfluss Der Gestaltung Der Werbung Auf Die Kaufentscheidungen Von Konsumenten , Schwerpunkt Einfluss Von Kulturellen Elementen Und Trends - Daniela Hanke](#)

[Strategien Und Spezifika Der Werbung In Den 90er Jahren - Jonathan Locke](#)

[Schockierende Werbung Im Spannungsfeld Zwischen Publicity Und Ökonomischem Erfolg - Jonathan Locke](#)

[Wirkungsanalyse Von Bannerwerbung Im Internet - Philipp Meyer-Galow](#)

[Kulturelle Signale Als Mittel Der Markenkommunikation - Die Nutzung Von Kulturell Spezifischen Inhalten In Der Werbung Am Beispiel Von Werbespots: Die - , Katrin Hassler](#)

[Analyse Frauenbezogener Automobilwerbung - Sebastian Hornemann](#)

[Das Bild Der Frau In Der Werbung - , Jasmin Walzel](#)

[Bewerbungsbetrug: Unterrichtsentwurf - Torsten Hauschild](#)

[Vergleichende Werbung In Deutschland - Nadin Wozny](#)

[Testimonialwerbung - Sinn Oder Unsinn Des Einsatzes Von Leitbildern In Der Werbung: Sinn Oder Unsinn Des Einsatzes Von Leitbildern In Der Werbung - Irina Mantai](#)

[Interkulturelle Werbung Dargestellt An Beispielen Aus Dem Parfum-Bereich - Abdelkarim Laaroussi](#)

[Provokation Und Schock In Der Werbung. Empirische Analyse Am Beispiel Benetton - Anna Fritzsche](#)

[Seniorenmärkte, Senioren-Marketing, Seniorenwerbung - Roland Mersch](#)

[Neue Werbung - Entwicklung Und Gegenwart Der Ostdeutschen Werbewelt: Entwicklung Und Gegenwart Der Ostdeutschen Werbewelt - Christoph Schäfer](#)

[Methoden Zur Messung Der Wirkung Von Online-Werbung - Christina Schäfer](#)