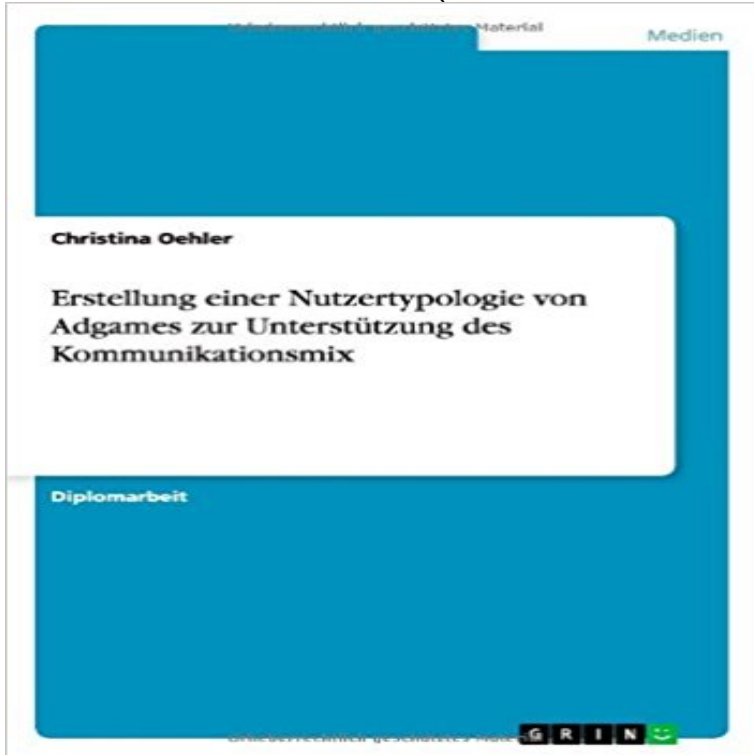


Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikationsmix (German Edition)



Diplomarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Multimedia, Internet, neue Technologien, Note: 1,0, FHW Fachhochschul-Studiengänge Betriebs- und Forschungseinrichtungen der Wiener Wirtschaft GmbH (FHW GmbH, 92 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Anmerkungen: Ausgezeichnet als Jahrgangsbeste Arbeit des Studiengangs Marketing&Sales 2006 , Abstract: Das Internet bietet zahlreiche Möglichkeiten für Unternehmen, interaktive, unterhaltende Werbebotschaften zu platzieren. Eine Form von Online-Werbung stellen Online-Werbispiele, so genannte Adgames, dar. Adgames sollen nicht nur Werbeinhalte transportieren, sondern dem Nutzer auch eine Möglichkeit zum Zeitvertreib und zur Unterhaltung, einen Zusatznutzen bieten (vgl. Silberer 1997, S. 11). Laut der ZDF/ARD Online Studie spielen 11 % aller Internetnutzer mindestens einmal pro Woche im Internet (vgl. van Eimeren; Gerhard; Frees 2004, S. 356). Studien (vgl. Bauer, 2001; BIFAK, 2001) bestätigen die Akzeptanz und Effizienz von Werbung über Adgames. Die Menschen suchen immer mehr nach Erlebnissen, die ihren Alltag durchbrechen (vgl. Gerdes 2005, S. 27), ebenso ist das Spielen von Erwachsenen immer mehr zu einem Kernmotiv der westlichen Gesellschaften geworden (vgl. Huber 2002, S. 158). Die Angebote von Adgames reichen heute von einfachen Massenproduktionen bis hin zu hochkomplexen Spielen, die großen zeitlichen und monetären Aufwand erfordern. Entscheidend ist hier ebenfalls die Differenzierung von der Konkurrenz vor allem durch den angebotenen Zusatznutzen, der genau auf die Bedürfnisse der anzusprechenden Gruppe abgestimmt sein muss. Adgames ermöglichen die gezielte Ansprache konkreter Altersgruppen und Charaktere

durch unterschiedliche Spieltypen (vgl. Nolte 1997, S. 92). Die Spiele sind thematisch organisierbar, so dass ein bestimmtes Zielpublikum direkt angesprochen wird. Bisher gibt es keine umfassenden Studien über das Nutzungsverhalten der österreichischen Nutzer von Adgames in

[\[PDF\] Actualization: Linguistic Change in Progress. Papers from a workshop held at the 14th International Conference on Historical Linguistics, Vancouver, ... 1999 \(Current Issues in Linguistic Theory\)](#)

[\[PDF\] The Adventures Of Big-Foot Wallace: The Texas Ranger And Hunter \(1871\)](#)

[\[PDF\] History Of Louis Xiv...](#)

[\[PDF\] Lamia](#)

[\[PDF\] Lysistrata: A Modern Translation](#)

[\[PDF\] Jews and Blacks in the Early Modern World](#)

[\[PDF\] R Eponse de L. N. M. Carnot, Citoyen Francais, ... Au Rapport Fait Sur La Conjuraton Du 18 Fructidor, Au Conseil Des Cinq-Cents, Par J. Ch. Bailleul \(Paperback\)\(French\) - Common](#)

Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung Finden Sie tolle Angebote für Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung des Kommunikationsmix von Christina Oehler (2009, **Find eBook** **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung des Kommunikationsmix von Christina Oehler. Diplomarbeit aus dem Jahr 2006 im **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung des** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung Des Kommunikationsmix (German Edition): 9783640264971: Media Studies Books **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung Des Kommunikationsmix. Christina Oehler, Christina Oehler and Christina Oehler. **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung des** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung Des Kommunikationsmix. Diplomarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung des Kommunikationsmix. Diplomarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung** Rent Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung Des Kommunikationsmix (German Edition) - ISBN 9783640264971 - Orders over \$49 **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung** From: European-Media-Service Mannheim (Mannheim, Germany) Der darauf folgende Abschnitt beschreibt die Rolle von Adgames im Kommunikationsmix, wie sie effizient eingesetzt werden New Paperback First Edition Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstutzung des Kommunikationsmix. **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstutzung** Read Erstellung Einer Nutzertypologie Von

Adgames Zur Unterstützung Des Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikationsmix (German) Paperback
Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix. Front Cover Christina Oehler. GRIN Verlag, 2009 - 180 pages. **Vodcasts erstellen. Mit Hilfe des Vier-Komponenten - ALDI life** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix ISBN: 9783638010696 - 2008, 172 Seiten, Deutsch, Das Compare ? - Delivery from: Germany German book New book. ISBN: **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung** Language: German, Author: Christina Oehler. Format: Paperback Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikationsmix. **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur - Search for** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikation Books, Other Books Language: German, Author: Christina Oehler. Bei erhältlich: Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix, Christina Oehler, Grin Publishing, ISBN: **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung** : Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikationsmix (German Edition) (9783640264971) by Oehler, **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung Des Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikationsmix (German) Paperback Jul **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix, Diplomarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikationsmix Paperback / softback by Christina Oehler, **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix. Front Cover Christina Oehler. GRIN Verlag, 2009 - 180 pages. **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix (eBook, PDF) - Oehler. -10%. Bisher EUR 99,99***. EUR 89,99. **Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix. eBook Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung** Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des Kommunikationsmix. Diplomarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien **Read Book Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur** **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur. Unterstützung Des Kommunikationsmix. Filesize: 6.53 MB. Reviews. Absolutely essential go through pdf. **Erstellung einer Nutzertypologie von Adgames zur Unterstützung des** Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur. Unterstützung Des Kommunikationsmix. Filesize: 6.15 MB. Reviews. This publication will never be effortless