


[DOWNLOAD](#)


Farben in der Werbung

By Daniela Hoffmann

Grin Verlag Okt 2007, 2007. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x4 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Titel. - Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, einseitig bedruckt, Note: 1,7, Fachhochschule Kiel (Wirtschaftswissenschaften), Veranstaltung: Kommunikationspolitik, 18 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Kommunikation in der Werbung hat viele Eigenschaften. Neben der Aussage (Text) und der Grafik spielen Farben eine wichtige Rolle und werden gezielt eingesetzt. Farben spielen in der Werbewelt eine große Rolle. Wie in Kapitel 2 dargestellt wird, sollen sie den Wahrnehmungs- und Gedächtniswert erhöhen, die Wiedererkennung und die Unterscheidung der Produkte garantieren und zur Imagebildung beitragen. Des Weiteren werden Farben auch gezielt als Element der Marke platziert und sie tragen dazu bei, dass Produkte natürlich dargestellt werden können. Die Wirkung von Farben spielt sich größtenteils auf der psychologischen Ebene ab. Menschen assoziieren mit den meisten Farben bestimmte Emotionen oder Werte. Im ersten Teil des 3. Kapitels wird die allgemeine Wirkung von Farben auf den Menschen aufgezeigt, im zweiten Teil wird näher auf die in der Werbung zielgerichtet eingesetzten Farben eingegangen. Sollen die psychologische Wirkung von Farben und deren Assoziationen gedeutet werden, so müssen die kulturellen Unterschiede (Kapitel 4) beachtet...



READ ONLINE
[5.89 MB]

Reviews

This pdf is wonderful. It is definitely simplified but excitement from the 50 percent in the ebook. You wont sense monotony at at any time of your time (that's what catalogues are for relating to should you request me).

-- **Jaqueline Kerluke**

I just started looking at this pdf. It can be rally fascinating throgh studying period of time. Its been printed in an extremely basic way and is particularly only following i finished reading through this publication where in fact altered me, change the way i really believe.

-- **Mr. Stephan McKenzie**