

---

# Inhaltsverzeichnis

**SCOAP als Bedürfnistheorie für das Neuromarketing** ..... 1  
Argang Ghadiri, Andreas Habermacher und Theo Peters

**Die Erfolgsfaktoren von Pop-up-Stores** ..... 15  
Francesca Gursch und Giulia Gursch

**Gamification** ..... 33  
Natallia Shauchenka, Anabel Ternès und Ian Towers

**Interkulturelles Marketing durch Dialektik** ..... 51  
Patrick Sourek

**Reputationsmarketing** ..... 59  
Christopher A. Runge und Anabel Ternès

**Markenidentität durch wertorientierte Mitarbeiterkommunikation** ..... 71  
Tobias Stähler

**Nonprofit-Marketing** ..... 91  
André Scholz und Anabel Ternès

**Sensory Marketing** ..... 107  
Ian Towers

**The Impact of Emotions in Marketing Strategy** ..... 119  
Anna Rostomyan

**Using Social Media for Business: Tools, Benefits and Pitfalls** ..... 131  
Alexandra Mittelstädt

**Word-of-Mouth-Marketing – Die geheime Macht des Wortes** ..... 151  
Thomas Heinrich Musiolik

Internationale Trends in der Markenkommunikation  
Was Globalisierung, neue Medien und Nachhaltigkeit  
erfordern

Hrsg. von Hattburg, A.; Towers, I. (Hrsg.)

2014, XII, 181 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-01516-9