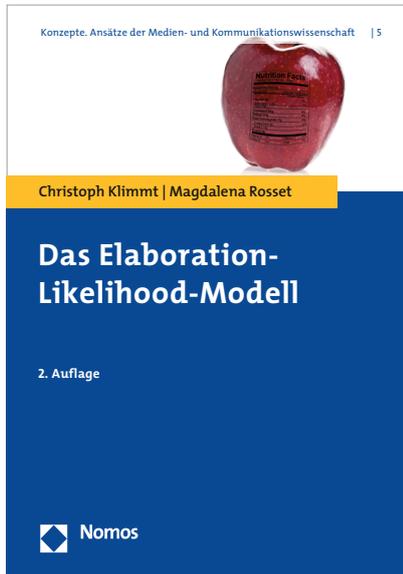


Der Klassiker der Werbewirkungstheorie in zweiter Auflage



Das Elaboration-Likelihood-Modell

Von Prof. Dr. Christoph Klimmt und Magdalena Rosset, M.A.

2., überarbeitete Auflage 2020, 124 S., brosch., 21,90 €

ISBN 978-3-8487-6031-2

(Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 5)
nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-6031-2

Wie wirken Werbung und andere Beeinflussungsversuche auf Meinungen, Einstellungen und Verhalten? Die Frage wie Persuasion „funktioniert“ bewegt die Wirtschaft wie die Sozialwissenschaft heute mehr denn je. Das Elaboration-Likelihood-Modell gehört zu den prominentesten Ansätzen der modernen Persuasionsforschung. Der Band, welcher nun in 2., überarbeiteter Auflage vorliegt führt in gut lesbarer und verständlicher Weise in die Grundzüge des Modells von Petty und Cacioppo ein. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die

Perspektive von Kommunikationswissenschaft und Werbepraxis gelegt: Welchen Nutzen hat das ELM für die werbliche Kommunikation und ihre Erforschung?

Der Band stellt die sieben grundlegenden Postulate des ELM vor. Anschließend werden die Bezüge zur Massenkommunikation, insbesondere zur Werbung erarbeitet. Weitere Abschnitte sind der experimentellen Methodik der Persuasionsforschung, der Kritik am Modell sowie alternativen Persuasionsmodellen gewidmet.

 Nomos
www.nomos-elibrary.de

Bestell-Hotline (+49)7221.2104-37 | **Online** (versandkostenfrei) nomos-shop.de | **E-Mail** bestellung@nomos.de | **Fax** (+49)7221.2104-43 | oder im **Buchhandel**

978-3-8487-6031-2 Klimmt | Rosset **Das Elaboration-Likelihood-Modell** **21,90 €**

Name, Vorname: _____

Tätigkeitsschwerpunkt: _____

Firma, Institution: _____

Tel.-Nr. für Rückfragen: _____

Straße: _____

E-Mail: _____

Ort: _____

Unterschrift: _____

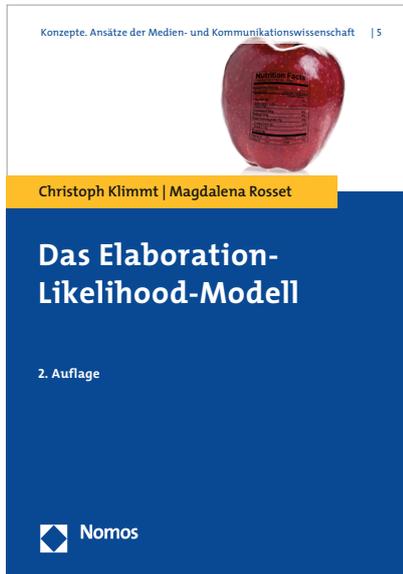
Ich bin damit einverstanden, dass ich über interessante Produkte per E-Mail oder telefonisch informiert werde.

Sie haben das Recht, die Ware innerhalb von 14 Tagen nach Lieferung ohne Begründung an den Nomos Verlag, In den Lissen 12, 76547 Sinzheim zurückzusenden. Bitte nutzen Sie bei Rücksendungen den kostenlosen Abholservice. Ein Anruf unter Tel. 07221/2104-37 genügt. Alle Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten.

 **Nomos**

Informationen zum Datenschutz: Ihre Daten werden ausschließlich durch den Nomos Verlag und innerhalb der Europäischen Union verarbeitet. Sie werden nur zum Zwecke Ihrer Bestellung sowie der Optimierung der Produktpalette und der Kundenbindung verwendet und so lange aufbewahrt, wie es die gesetzlichen Vorschriften vorsehen. Die Daten erhalten wir von Ihnen oder von Unternehmen, mit denen Sie in Kontakt getreten sind, oder aus öffentlich zugänglichen Quellen. Sie haben das Recht, der Verarbeitung mit Wirkung für die Zukunft jederzeit und formlos zu widersprechen. Sie haben das Recht zur Beschwerde gegen die Datenverarbeitung bei dem für den Nomos Verlag zuständigen Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit Baden-Württemberg. Im datenschutzrechtlichen Sinn verantwortliche Stelle: Nomos Verlag, Waldseestr. 3-5, 76530 Baden-Baden, der Datenschutzbeauftragte ist erreichbar unter datschutzbeauftragter@nomos.de.

A Classic in Advertising Effects Theory in its Second Edition



Das Elaboration-Likelihood-Modell

By Prof. Dr. Christoph Klimmt and Magdalena Rosset, M.A.

2., revised Edition 2020, 124 pp., pb., € 21,90

ISBN 978-3-8487-6031-2

(Konzepte. Ansätze der Medien-
und Kommunikationswissenschaft, vol. 5)
nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-6031-2

How do advertising and other attempts to influence affect opinions, attitudes, and behavior? The question “how persuasion works” is of still increasing importance for corporations and social science alike. The Elaboration Likelihood Model is one of the most prominent and most frequently cited models of persuasion. The book, which is now in its second revised edition, introduces the main features of Petty and Cacioppo’s model in an easy-to-read and comprehensible manner.

Particular attention is paid to the perspectives of communication science and advertising practice: What is the use of the ELM for marketing communication and its investigation? The book presents the seven fundamental postulates of the ELM, followed by its references to mass communication, particularly advertising. Further chapters are dedicated to the experimental methodology of persuasion research, criticism of the model, and alternative persuasion models.

 Nomos
www.nomos-elibrary.de

order hotline (+49)7221.2104-37 | online nomos-shop.de | e-mail orders@nomos.de | fax (+49)7221.2104-43 | or contact **your local bookstore**



978-3-8487-6031-2 Klimmt | Rosset **Das Elaboration-Likelihood-Modell**

€ 21.90

Name

Company / Institution

Address

Date, Signature

Orders can be cancelled within fourteen days without given reasons. Please send your written cancellation within the given period to: Verlagsauslieferung, In den Lissen 12, 76547 Sinzheim, Germany or to your local bookstore. A cancellation binds you to return the items. All costs and risks of return are payable by the addressee.

Information on data protection: Your data will be processed only by Nomos Publishers and exclusively within the European Union. It will only be used in relation to your order and in order to optimise our range of products and customer loyalty. Moreover, it will only be saved for the length of time stipulated by legal regulations. We will receive your data from you personally, from companies with which you have been in contact or from sources that are accessible to the public. You are entitled to revoke your agreement to have Nomos process your data informally with immediate effect at any time. You have the right to complain about the processing of your data to the commissioner for data protection and freedom of information in Baden-Württemberg, who is responsible for Nomos' conduct in this respect. The address to write to in all matters relating to data protection law is: Nomos Verlag, Waldseest. 3-5, D-76530 Baden-Baden; our data protection officer can be contacted via email at datenschutzbeauftragter@nomos.de.

 **Nomos**