



HEINZ BONFADELLI / THOMAS N. FRIEMEL

Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich. Grundlagen und Anwendungen

2020, 3., völlig überarbeitete Auflage

ca. 250 S., 35 Abb., 15 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-7445-1150-6	EUR(D) 34,00
ISBN (PDF)	978-3-7445-1152-0	EUR(D) 30,99

Über dieses Buch: Kommunikationskampagnen sind neben rechtlichen und technischen Maßnahmen ein wichtiges Mittel, um gesellschaftlichen Problemen wie Sucht (z.B. Alkohol und Tabak), Krankheiten (z.B. AIDS oder Grippe) und Unfälle (z.B. Verkehr und Arbeitsplatz) zu begegnen.

Die völlig überarbeitete 3. Auflage bietet eine systematische Einführung in die wichtigsten Theorien der Kommunikationswissenschaft und Gesundheitspsychologie sowie deren Anwendung in Kommunikationskampagnen. Basierend auf dem aktuellen Forschungsstand wird aufgezeigt, welche Strategien für die gezielte Veränderung von Wissen, Einstellung und Verhalten Erfolg versprechend sind und welche Herausforderungen und Risiken dabei bestehen. Die gesellschaftliche Einbettung von Kampagnen und die Kampagnenevaluation sind weitere zentrale Themen.

Konkrete Empfehlungen und Entscheidungshilfen in Form von Checklisten machen dieses Buch nicht nur für Studierende verschiedener Fachrichtungen interessant, sondern auch für Entscheidungsträger in Behörden und Interessenverbänden sowie für Journalisten und Kommunikationsagenturen.



HEINZ BONFADELLI, Jg. 1949, Prof. Dr., studierte Sozialpsychologie, Soziologie und Publizistik in Zürich. 1980 promovierte er zum Thema Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationswissenschaft. Seine Habilitation erfolgte 1992 mit einer Studie zur Wissensklutforschung. Im Jahr 1994 wurde er zum Extraordinarius und im Jahr 2000 zum Ordinarius für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich ernannt. Er publiziert zu den Themen: Kinder und Jugendliche, Mediennutzung und Medienwirkung sowie Wissenschafts-, Umwelt- und Gesundheitskommunikation.



THOMAS N. FRIEMEL, Prof. Dr., lehrt am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

Weitere Informationen:

<http://www.halem-verlag.de/kommunikationskampagnen-im-gesundheitsbereich>

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der o.g. Adresse zu.

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.