

Werbung

Affirmation oder Transformation gesellschaftlicher Veränderungen

Modul 1613 - LV Röll, SS 2014

25.03.2014 Die Ursprünge der Werbung

Agde, Günter: Flimmernde Versprechen. Geschichte des deutschen Werbefilms im Kino seit 1897. Berlin 1998.

Kellner, Joachim; Lipper, Werner (Hrsg.): Werbefiguren. Geschöpfe der Warenwelt. Berlin 1991.

Pincas, Stéphane; Loiseau, Marc: Eine Geschichte der Werbung. Köln 2008.

01.04.2014 Die Fünfziger Jahre – Rendezvous am Nierentisch

Kellner, Joachim; Kurt, Ulrich; Lippert, W. (Hrsg.): 50 Jahre Werbung in Deutschland. Düsseldorf/Frankfurt 1995, S. 39-62.

Kriegskorte, Michael: Werbung in Deutschland. 1945 – 1965. Köln 1992.

Maenz, Paul: Die 50er Jahre. Formen eines Jahrzehnts. Köln 1984.

08.04.2014 Die Sechziger Jahre – Die Swinging Sixties

Kellner, Joachim; Kurt, Ulrich; Lippert, W. (Hrsg.): 50 Jahre Werbung in Deutschland. Düsseldorf/Frankfurt 1995, S. 63-96.

Kriegskorte, Michael: Werbung in Deutschland – 1945 – 1965. Köln 1992.

Franz Josef Röll: Ästhetik des Werbefilms. Bewusste und unbewusste Botschaften im historischen Wandel seit der Nachkriegszeit. In: Hans-Gerd Schmid; Bernd Wiesener (Hrsg.): Werbefilme - Spiegel der Zeiten - Chronik des Alltag. Bielefeld 2002, S. 15-46.

15.04.2014 Die Siebziger Jahre – Das Jahrzehnt der Krisen

Ehmer, Hermann K.: Zur Metasprache der Werbung. In: Ehmer, Hermann K.: Visuelle Kommunikation. Beiträge zur Kritik der Bewußtseinsindustrie. Köln 1971, S. 162-178.

Kellner, Joachim; Kurt, Ulrich; Lippert, W. (Hrsg.): 50 Jahre Werbung in Deutschland. Düsseldorf/Frankfurt 1995, S. 97-123.

Keitz, Beate von: Wirksame Fernsehwerbung. Die Anwendung der Aktivierungstheorie auf die Gestaltung von Werbespots. Würzburg/Wien 1983.

22.04.2014	Osterferien
-------------------	--------------------

29.04.2014 Die Achtziger Jahre – Special Interests

Hölscher, Barbara: Lebensstile durch Werbung? Zur Soziologie der Life-Style-Werbung. Opladen 1998.

Kellner, Joachim; Kurt, Ulrich; Lippert, W. (Hrsg.): 50 Jahre Werbung in Deutschland. Düsseldorf/Frankfurt 1995, S. 125-146.

Nerdinger, Friedemann W.: Lebenswelt ‚Werbung‘. Eine sozialpsychologische Studie über Macht und Identität. Campus Verlag 1990.

06.05.2014 Die Neunziger Jahre – Anything goes

Kellner, Joachim; Kurt, Ulrich; Lippert, W. (Hrsg.): 50 Jahre Werbung in Deutschland. Düsseldorf/Frankfurt 1995, S. 147-169.

Schnierer, Thomas: Soziologie der Werbung. Ein Überblick zum Forschungsstand einschließlich zentraler Aspekte der Werbepsychologie. Opladen 1999.

Traudt, D.: Kunst und Werbung in den neunziger Jahren. In: werben & verkaufen Nr. 48, 1990, S. 58-59.

13.05.2014 Morphologie der Werbung: Religion und Mythos

**14:00 Uhr –
16:00 Uhr**

Bolz, Norbert; Bosshart, David: KULT-Marketing. Die neuen Götter des Marktes. Düsseldorf 1995.

Buschmann, Gerd; Pirner, Manfred L.: Werbung, Religion, Bildung. Kulturhermeneutische, theologische, medienpädagogische und religionspädagogische Perspektiven. Frankfurt 2003.

Magdanz, Jana: Spuren des Geistigen. Die Macht des Mythos in Medien und Werbung. Wiesbaden 2012

Röll, Franz Josef: Mythen und Symbole in populären Medien. Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik. Frankfurt 1998, S. 227-259.

20.05.2014 Wie Werbung wirkt! Wirkt Werbung?

Heller, Eva: Wie Werbung wirkt: Theorien und Tatsachen. Frankfurt 1993.

Dirk Held; Christian Schreier: Wie Werbung wirkt. Erkenntnisse des Neuro-marketing. Haufe-Verlag 2006.

Kroeber-Riel, Werner; Weinberg, Peter; Gröppel-Klein, Andrea: Konsumentenverhalten. Vahlen-Verlag, München 2008.

27.05.2014 Morphologie der Werbung: Frau + Mann

Holtz,-Bacha, Christina: Stereotype?: Frauen und Männer in der Werbung Vs-Verlag, Wiesbaden 2006.

Nimmergut, Jörg: Werben mit Sex. Vom Sex-Appeal zum Sex-Apell. Gestaltung, Einsatz und Wirkung der Erotik in der Werbung. München 1982.

Schmerl, Christiane (Hrsg.): Frauen der Werbung. Aufklärung über Fabeltiere. München 1992.

Spieß, Brigitte: Frauenbilder in der Fernsehwerbung. Gefangen zwischen alten Leitbildern und neuen Rollenvorstellungen. In: Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 312, Bonn 1992, S. 91-110.

Spieß, Brigitte: Wirklichkeitsklischees in der Fernsehwerbung. In: Merten K.; Schmidt, S.J.; Weisenberg, S. (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 407-425.

Wohlers, heide; Fuchs, Monika; Becker, Baerbel: Die geheimen Verführerinnen. Frauen in der Werbung. Berlin 1986.

03.06.2014 Werbung in der Zukunft - Personalisierte Werbung

Boldt, Sindia: Markenführung der Zukunft: Experience Branding, 5-Sense-Branding, Responsible Branding, Brand Communities, Storytising und E-Branding. Hamburg 2010.

Mattenklott, Axel; Schimansky, Alexander (Hrsg.): Werbung: Strategien und Konzepte für die Zukunft: Konzepte und Strategien für die Zukunft. München 2002.

Siegert, Gabriele; Brecheis, Dieter: Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft: Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden 2010.

10.06.2014	Pfingstferien
-------------------	----------------------

17.06.2014	Wegen Dienstreise fällt die LV aus (Ersatz am 13.05.)
-------------------	--

24.06.2014 Werbung im Spannungsfeld von Affirmation und Transformation

Kloepfer, Rolf; Landbeck, Hanne: Ästhetik der Werbung. Der Fernsehspot in Europa als Symptom neuer Macht. Frankfurt 1991.

Polster, Bernd (Hrsg.): West Wind – Die Amerikanisierung Europas. DuMont 1995.

Schmidt, Siegfried J.: Die Kommerzialisierung der Kommunikation. Frankfurt 1997.

Toscani, Olivero: Die Werbung ist ein lächelndes Aas. Mannheim 1995.