

Neuzugänge der Bibliothek des Departments für Agrarökonomie und RURale Entwicklung, Stand: Mai/Juni 2024

Handbook of plant-based meat analogs : innovation, technology and quality

Person/en: Ravishankar, Gokare A. [VerfasserIn] : San Diego : Elsevier Academic Press, 2024

Umfang: XXXVI, 501 Seiten, ISBN: 978-0-443-21846-0

Signatur: **40 963**

Klimakrise : Wege aus dem Dilemma / Andreas Diekmann : Baden-Baden : Nomos, 2024

Sprache/n: Deutsch, 191 Seiten : Diagramme

Signatur: **40 965**

Männlichkeiten und Naturverhältnisse / Diana Lengersdorf, Toni Tholen (Hg.) : Frankfurt ; New York : Campus Verlag, [2024], 238 Seiten : Illustrationen; Schriftenreihe: Hildesheimer Geschlechterforschung; Band 6; ISBN: 978-3-593-51716-2 (Kartiert, Paperback : EUR 40,00)

Inhalt: Neben den prominenten Beschreibungen des norwegischen Schriftstellers Karl Ove Knausgård über das Verhältnis von Männlichkeiten und Natur holen auch die Auseinandersetzungen um den Klimawandel Männlichkeit auf die Agenda: Extensiver Fleischkonsum oder unlimitedes Autofahren werden hier ebenso mit Männlichkeit in Beziehung gebracht wie die Zerstörung natürlicher Ressourcen. Männlichkeiten und Natur stehen in einem dialektischen Wechselverhältnis zueinander: auf der einen Seite männliche Tendenzen zu Zerstörung, Instrumentalisierung und Ausbeutung, auf der anderen Seite männliche Kompensations- und Harmonisierungsbestrebungen. Der Sammelband greift anthropologische, historische, ästhetisch-literarische Hervorbringungen und soziale Konstellationen des Verhältnisses von Männlichkeiten und Natur sowie Männern zu sich selbst auf.

Signatur: 40 954/6

Natural science and indigenous knowledge : the Americas experience / edited by Edward Johnson, University of Calgary, Susan Arlidge, University of Calgary : New York : Cambridge University Press, 2024, xiv, 272 Seiten : Illustrationen, Diagramme, Karten; ISBN: 978-1-009-41667-2 (hardback)

978-1-009-41665-8 (paperback)

[23/eng/20231229] 500.897 -Q--DLC

Inhalt: "This book considers the similarities and differences between Indigenous knowledge and science and how, when taken together, they enrich one other. Advanced students and researchers in natural resource management, ecology, conservation, and environmental sciences will learn about the practices of Indigenous people in the natural world"--

Mehr zum Titel: Inhaltsverzeichnis

Signatur: 40 956

Erfolgsfaktoren des Marketing : Marketinginstrumente und Erkenntnisse der Wirtschaftspsychologie / von Prof. Dr. Katja Gelbrich (Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt), Prof. em. Dr. Stefan Müller (Technische Universität Dresden) : Verlag Franz Vahlen, 3., vollständig überarbeitete Auflage, München : Verlag Franz Vahlen, [2024] , XII, 265 Seiten : Illustrationen, Diagramme, Schriftenreihe: Vahlens Kurzlehrbücher, ISBN: 978-3-8006-7359-9 (EUR 24.90 (DE))

Signatur: 40 958/3

Praxiswissen Online-Marketing : Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO / Erwin Lammenett : Springer Fachmedien Wiesbaden [Verlag], 9., überarb. u. erw. Auflage 2024, 701 Seiten, ISBN: 978-3-658-43609-4, circa EUR 54.99 (DE)

Inhalt: Wie gelingt profitables Online-Marketing? Erwin Lammenett, seit über 25 Jahren Experte für digitales Marketing, erläutert praxisnah und theoretisch

fundiert die gesamte Palette der Online-Marketing-Instrumente. Sie erfahren, wie Sie diese Instrumente erfolgreich nutzen, welche Sie sinnvoll miteinander kombinieren können und wie Sie ein effizientes Controlling aufbauen. Angesprochen werden Führungskräfte und Mitarbeiter aus Marketing und PR, Produktmanager, Unternehmensberater, aber auch Dozierende und Studierende mit dem Schwerpunkt Marketing. Alle Kapitel enthalten dynamische Servicelinks, über die Inhalte jederzeit und kurzfristig angepasst werden können. In der 9. Auflage wurden alle Kapitel überarbeitet und aktualisiert. Viele wurden um neue Entwicklungen ergänzt, insbesondere wurde auf neue Entwicklungen eingegangen, die auf künstlicher Intelligenz basieren

Signatur: 40 957/9

Soziologie der Nachbarschaft : Befunde zu einer komplexen

Selbstverständlichkeit / Sebastian Kurtenbach : Frankfurt ; New York : Campus Verlag, [2024], 308 Seiten, ISBN: 978-3-593-51844-2 (: EUR 45.00 (DE)

Signatur: 40 955

Artificial intelligence for marketing management / Edited by Park Thaichon and Sara Quach : Milton : Taylor & Francis Group, 2023, XI, 205 Seiten, Schriftenreihe: Routledge Studies in Marketing, ISBN: 978-1-032-24848-6

Signatur: 40 960

The Routledge handbook of corporate social responsibility communication / edited by Amy O'Connor : New York ; London : Routledge, Taylor & Francis Group, 2023, xvi, 371 Seiten : Illustrationen, Diagramme, Schriftenreihe: Routledge handbooks in communication studies : New York : Routledge, Taylor & Francis Group, 2023, ISBN: 978-1-032-01909-3 (hardback)

Inhalt: "This handbook is a resource for students, faculty, and researchers who are focused on understanding the role communication plays in the formation and execution of corporate social responsibility (CSR) activities. Bringing together authors who are thought-leaders and emerging scholars from diverse

theoretical and methodological perspectives, it examines the issues central to CSR communication including: theoretical underpinnings, form and content of CSR messaging, the boundaries of engagement, and the tensions associated with CSR communication. It offers a unique combination of functional and formative approaches to CSR communication designed to expose readers to a blend of approaches. With attention to issues of diversity, equity, and inclusion, this handbook also explicitly addresses recent societal changes and how those changes will impact CSR communication research and practices in the future. Offering both a strong introduction to topics for novices as well as a more advanced interrogation of CSR communication for more knowledgeable readers, the handbook is appropriate for advanced students and researchers in public relations, strategic communication, organizational communication, and allied fields"--

Signatur: 40 964

The dynamics of influencer marketing : a multidisciplinary approach / edited by José M. Álvarez-Monzoncillo : London ; New York, NY : Routledge, Taylor & Francis Group, 2023, ix, 210 Seiten : Illustrationen, Schriftenreihe: Routledge studies in marketing, ISBN: 978-0-367-67890-6 (hardback)

Inhalt: "YouTube, Instagram, Facebook, Vimeo, Twitter, etc. have their own logics, dynamics and different audiences. This book analyses how the users of these social networks, especially those of YouTube and Instagram, become content prescribers, opinion leaders and, by extension, people of influence. What influence capacity do they have? Why are intimate or personal aspects shared with unknown people? Who are the big beneficiaries? How much is vanity and how much altruism? What business is behind these social networks? What dangers do they contain? What volume of business can we estimate they generate? How are they transforming cultural industries? What legislation is applied? How does the legislation affect these communications when they are sponsored? Is the privacy of users violated with the data obtained? Who is the owner of the content? Are they to blame for "fake news"? In this changing, challenging and intriguing environment, *The Dynamics of Influencer Marketing* discusses all of these questions and more. Considering this complexity from different perspectives: technological, economic, sociological, psychological and legal, the book combines the visions of several experts from the academic world and provides a structured framework with a wide approach to

understand the new era of influencing, including the dark sides of it. It will be of direct interest to marketing scholars and researchers while also relevant to many other areas affected by the phenomenon of social media influence"--

Signatur: 40 961/24

Marketing und Vertrieb : Fundamente für die marktorientierte Unternehmensführung / Peter Winkelmann, Torsten Spandl : De Gruyter Oldenbourg, 9., vollständig überarbeitete Auflage, XIX, 1017 Seiten : Illustrationen, Diagramme, ISBN: 978-3-11-078757-3 (Festeinband : EUR 44.95

Signatur: 37 197/9

The No Club : putting a stop to women's dead-end work / Linda Babcock, Brenda Peyser, Lise Vesterlund, and Laurie Weingart : New York : Simon & Schuster, May 2022, 309 Seiten : Illustrationen, ISBN: 978-1-9821-5233-8 (hardcover)

Inhalt: "A practical, timely guide for bringing gender equity to the workplace: unburden women's careers from work that goes unrewarded."

All organizations have work that no one wants to do: planning the office party, screening interns, attending to that time-consuming client, or simply helping others with their work. A woman, most often, takes on these tasks. Babcock, Peyser, Vesterlund and Weingart-- the original "No Club"-- document how the imbalance leaves women overcommitted and underutilized as companies forfeit revenue, productivity, and top talent. Here they empower women to make savvy decisions about the work they take on, and illuminate how organizations can reassess how they assign and reward work to level the playing field. -- adapted from jacket

Signatur: 40 962 a + b