

FOCUS-Lexikon

Schreiben Sie mit am großen User-Lexikon!

Das FOCUS-Medialexikon finden Sie auch online unter www.medialine.de/medialexikon. Die Internet-Ausgabe wird monatlich aktualisiert und erweitert. Dabei ist die aktive Mitarbeit aller User gefragt. Wer Vorschläge für Änderungen oder Ergänzungen hat, kann sie dem Autor Wolfgang J. Koschnick direkt per E-Mail (Koschnick@t-online.de) mitteilen und so mit ihm gemeinsam den Ausbau des Standardwerks fortführen.



Der studierte Politikwissenschaftler und Volkswirtschaftler Wolfgang J. Koschnick arbeitete als Journalist in Deutschland und den USA bevor er Mitarbeiter des Instituts für Demoskopie Allensbach wurde. Es folgten Chefredakteursposten bei den Zeitschriften „Horizont Advertising Age“ in Frankfurt/Main und „ZV + ZV“ und „Copy“ in Düsseldorf. Koschnick ist heute als Unternehmensberater, Fachjournalist und Buchautor selbstständig und hat über 40 anerkannte Nachschlagewerke aus den Bereichen Management, Marketing, Marktkommunikation, Markt-, Media- und Sozialforschung geschrieben.



Weitere Informationen bei: FOCUS Magazin Verlag GmbH, Anzeigenabteilung, Arabellastraße 23, 81925 München
Fax: 089/9250-2061 · E-Mail: anzeigen@focus.de

Werbeplanung
Mediaplanung
Marktforschung
Kommunikationsforschung
Mediaforschung



Das unverzichtbare Standardwerk für Kommunikationsprofis

Für Mediaprofis, die mehr wissen wollen als andere, steht jetzt alles im neuen FOCUS-Medialexikon. Das erwartet Sie:

Geballtes Wissen in drei Bänden

„FOCUS-Lexikon Werbeplanung – Media-
planung – Marktforschung – Kommuni-
kationsforschung – Mediaforschung“.
Der Titel ist Programm: Denn es handelt
sich um eines der **ausführlichsten Nach-
schlagewerke** zu diesen Fachgebieten.

Mit **7.000 Stichworteintragungen** bietet
das neue Lexikon **umfassendes Wissen**
für die gesamte Kommunikationsplanung
und geht damit über das engere Feld von
Mediaplanung und -forschung hinaus.
Die Auswahl der erörterten Fachbegriffe
reicht z.B. bis in die Bereiche der
Soziologie, Psychologie, Hirnforschung
oder Neurochirurgie hinein.

Know-how to use von FOCUS

FOCUS setzt auch mit diesem Standard-
werk sein News to use-Konzept mit
Know-how to use für den Fachmarkt um.
Mit Hilfe des Lexikons erhalten Sie inner-
halb kürzester Zeit **einen umfassenden
Überblick über den Stand der gesamten
Forschung** zu einem beliebigen Thema
– von Platzierungseffekten über Pro-
grammumfelder bis zum Verlauf von
Marktreaktionskurven.

Das Grundwerk wird ergänzt durch zwei
spezialisierte Sonderwerke, das „Media-
Lexikon Schweiz“ und das „Media-Lexikon
Österreich“.

Sichern Sie sich mehr Wissen!

Das FOCUS-Lexikon sollte auf keinem
Schreibtisch fehlen, denn damit

- haben Sie kompaktes Wissen immer
direkt zur Hand,

- verfügen Sie über ein professionelles
Tool für Ihre Arbeit und
- ersparen Sie sich langwieriges Recher-
chieren in unterschiedlichen Quellen.

Wissensvorsprung auf einen Klick: www.medialine.de

Unter www.medialine.de/medialexikon fin-
den Sie die aktuellste Web-Ausgabe des
umfangreichen Nachschlagewerks. Dazu
bietet Ihnen das große Fakten-Network
von FOCUS weitere wichtige Online-Tools
für erfolgreiche Marketing- und Mediastra-
tegien, wie z.B. das Marketing-Wörter-
buch, die Anzeigen- und die Zeitschriften-
datenbank, Analysen sowie Branchen-Infos
zu diversen Basismärkten u.v.m.

**Das unverzichtbare Standardwerk
in drei Bänden erhalten Sie für nur
149 Euro im gut sortierten Fachhandel
und unter www.buchkatalog.de
ISBN 3-9808574-0-9 (Set)
(Buchhandel: KNO KV-Nr. 12176804)**

Im neuen FOCUS-Medialexikon!

