

Grafikdesign-Kurs: Ausgewählte Literatur

Robert B. Cialdini:
Influence: The Psychology of Persuasion
Harper, 2006

Ralf Herrmann:
Zeichen setzen: Satzwissen und Typoregeln für Textgestalter
Mitp-Verlag, 2005

Claude C Hopkins:
My Life in Advertising and Scientific Advertising
Mcgraw-Hill, 1966

Cyrus Dominik Khazaeli:
Crashkurs Typo und Layout: Vom Schriftdesign zum visuellen Konzept
rororo, 2005

Jay Conrad Levinson:
Guerilla Marketing,
Houghton Mifflin, 1998

Ellen Lupton:
Mit Schrift denken: Ein kritischer Ratgeber für Grafiker, Autoren, Lektoren und
Studenten
Princeton Architectural, 2007

Martina Nohl:
Workshop Typographie & Printdesign
dpunkt Verlag, 2007

David Ogilvy:
Ogilvy on Advertising
New York, Crown, 1983

Tom Peters:

The Professional Service Firm 50, The Brand You 50, The Project 50
Series published by Alfred A. Knopf, Inc. Copyright 1999 by Excel/A California

Ralf Turtschi:

Making of: Kreative Wege und Konzepte in der visuellen Kommunikation
Niggli, 2005

Claudia Runk:

Grundkurs Typografie und Layout: Für Ausbildung und Praxis
Galileo Design, 2008

Günter Umbach:

Successfully Marketing Clinical Results: Winning in the Healthcare Business
Gower 2007

Günter Umbach:

Erfolgreich im Pharma-Marketing: Wie Sie im Produkt-Management von
Arzneimitteln Ärzte, Apotheker, Patienten, Experten und Manager als
Kunden gewinnen
Gabler, 2011