

Dr. Gisela Peters

Vollkeramik, Gehirn-Marketing und tierische Eigenschaften für den Erfolg

- [1] Häusel HG. Brain View. Warum Kunden kaufen! Verlag Haufe-Lexware. 2. Auflage 2008. 264 Seiten. ISBN-10: 3448087467; ISBN-13: 978-3448087468.
- [2] Häusel HG. Emotional Boosting – Die hohe Kunst der Kaufverführung. Verlag Haufe-Lexware. 1. Auflage 2009. 206 Seiten. ISBN-10: 3448095907; ISBN-13: 978-3448095906.
- [3] Häusel HG. Think Limbic! Die Macht des Unbewussten verstehen und nutzen für Motivation, Marketing, Management. Mit Audio-CD. Verlag Haufe-Lexware. 4. Auflage 2005. 228 Seiten. ISBN-10: 3448068136; ISBN-13: 978-3448068139.
- [4] Lavigne GJ, Khouri S, Abe S, Yamaguchi T, Raphael K. Bruxism physiology and pathology: an overview for clinicians. *J Oral Rehabil* 2008; Jul 35(7):476–494.
- [5] Carlsson GE, Egermark I, Magnusson T. Predictors of bruxism, other oral parafunktions, and tooth wear over a 20-year follow-up period. *J Orofac Pain* 2003; Winter 17(1):50-57.
- [6] Bachhav VC, Aras MA. Zirconia-based fixed partial dentures: a clinical review. *Quintessence Int*. 2011; 42(2):173–182.
- [7] Bremer F, Grade S, Kohorst P, Stiesch M. In-vivo biofilm formation on different dental ceramics. *Quintessence Int* 2011;42(7):565–574.
- [8] Culver S, Cakir D, Burgess J, Ramp L. Wear of the Enamel Antagonist and Five Restorative Materials. Abstract 376, AADR 37th Annual Meeting Dallas 2008 (April 2–5).
- [9] Jung YS, Lee JW, Choi YJ, Ahn JS, Shin SW, Huh JB. A study on the in-vitro wear of the natural tooth structure by opposing zirconia or dental porcelain. *J Adv Prosthodont* 2010; 2:111–115.
- [10] Basunbul G, Nathanson D. Human Enamel Wear Against Four Dental Ceramics In Vitro. Abstract 1650, IADR 89th General Session San Diego 2011 (March 16–19).