

Marktforschung

Das Buch gibt eine systematische und praxisnahe Einführung in Grundlagen der Marktforschung im Zeitalter der Digitalisierung. Aufgabe ist es, dem Marketing-Management relevante Informationen zur Entscheidungsunterstützung bereitzustellen. Diskutiert und eingeordnet werden neben traditionellen auch eine Vielzahl neuer Instrumente zur qualitativen aber auch zur internetbasierten Datenerhebung, -aufbereitung und -analyse. Die vielfältigen Messverfahren zur Dienstleistungsqualität werden übersichtlich dargestellt, die in der Praxis relevanten Verfahren anhand von Beispielen vertieft. Neu sind auch die Hinweise zur Nutzung von R zur Datenauswertung.

Cover

39,00 €

36,45 € (zzgl. MwSt.)

*sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3
Werktage*

Artikelnummer: 9783170322486

Medium: Buch

ISBN: 978-3-17-032248-6

Verlag: Kohlhammer

Erscheinungstermin: 03.11.2021

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 4. erweiterte und
überarbeitete Auflage 2021

Serie: Kohlhammer-Edition Marketing

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 450 g

Seiten: 297

Format (B x H): 157 x 231 mm

