

Marktforschung

Grundlagen und praktische Anwendungen

Das Lehrbuch vermittelt in komprimierter Form die wesentlichen Begriffe und Methoden der Marktforschung. Die Neuauflage wurde um die Kapitel Handelsforschung und Konkurrenzforschung erweitert. Für den Einsatz in Lehrveranstaltungen bieten die Autoren eine 170seitige PPT-Datei mit allen Abbildungen und zahlreichen Erläuterungen an. Bei Interesse wenden Sie sich bitte einfach direkt an florian.riedmueller@th-nuernberg.de.



29,95 €

27,99 € (zzgl. MwSt.)

Kurzfristig nicht lieferbar, wird unverzüglich nach Lieferbarkeit versandt.

Artikelnummer: 9783110413786

Medium: Buch

ISBN: 978-3-11-041378-6

Verlag: De Gruyter

Erscheinungstermin: 21.03.2016

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 7. überarbeitete und aktualisierte Aufl 2016

Serie: Managementwissen für Studium und Praxis

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 662 g

Seiten: 329

Format (B x H): 169 x 241 mm

