

1. Record Nr.	UNINA990000218750403321
Autore	Bordiga, Oreste
Titolo	Trattato di stime rurali / Oreste Bordiga
Pubbl/distr/stampa	Portici, : E. Della Torre, 1923-1925
Edizione	[3. ed. completamente rinnovata]
Descrizione fisica	2 v. ; 24 cm
Disciplina	333.332 333.335 333.3352
Locazione	FINBC FAGBC
Collocazione	13 N 22 19 60 333.332 B 6 60 DONO MATARAZZO 33-1 60 DONO MATARAZZO 33-2 13 N 22 18
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	1.: I dati per le stime e gli elementi per lo studio dell'ordinamento dell'impresa agraria 2.: I metodi e i procedimenti per le stime rurali

2. Record Nr.	UNINA9910563004503321
Autore	Bruhn Manfred
Titolo	Konsumentenzufriedenheit und Beschwerden : Erklärungsansätze und Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in ausgewählten Konsumbereichen / H. Meffert, Manfred Bruhn
Pubbl/distr/stampa	Frankfurt a.M. : PH02, 2018 2018, c1982
Edizione	[1st, New ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (233 p.) : , EPDF
Collana	Schriften zu Marketing und Management ; 4
Soggetti	Economic theory & philosophy Market research
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften
Nota di contenuto	Aus dem Inhalt: Messung der Konsumentenzufriedenheit - Empirische Studie über das Beschwerdeverhalten und die Konsumentenzufriedenheit - Bestimmungsfaktoren und Erklärungsansätze der Beschwerdeführung - Implikationen der Untersuchungsergebnisse für die Marketing- und Verbraucherpolitik.
Sommario/riassunto	Ausgangspunkt des Marketing sind die Probleme, Wünsche und Bedürfnisse der Konsumenten. Es sind jedoch kaum Informationen über die Zufriedenheit der Konsumenten und die wahrgenommenen Probleme nach einer Kaufentscheidung verfügbar. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, die die Beschwerdeführung sowie die (Un-) Zufriedenheit von Konsumenten auf der Basis konkreter Kundenprobleme anhand der Bereiche Fernsehgeräte und Autoreparaturen analysiert. Die Untersuchungsergebnisse verdeutlichen, dass Informationen über das Beschwerdeverhalten und die Konsumentenzufriedenheit wertvolle Ansatzpunkte zur Verbesserung von Marketingentscheidungen aufzeigen.