

1. Record Nr.	UNINA9910554271803321
Autore	Koch Jörg
Titolo	Marktforschung : Grundlagen und praktische Anwendungen // Jörg Koch, Florian Riedmüller
Pubbl/distr/stampa	München ; ; Wien : , : De Gruyter Oldenbourg, , [2021] ©2021
ISBN	3-11-067296-0
Edizione	[8., vollständig überarbeitete Auflage]
Descrizione fisica	1 online resource (XXI, 270 p.)
Collana	De Gruyter Studium
Classificazione	QP 611
Soggetti	BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Frontmatter -- Vorwort zur 8. Auflage -- Vorwort zur 1. Auflage -- Inhalt -- Abbildungsverzeichnis -- Tabellenverzeichnis -- 1 Methodische Grundlagen der Marktforschung -- 2 Marktforschung zur Untersuchung der Größe, Struktur und Entwicklung von Märkten -- 3 Marktforschung zur Struktur und zum Verhalten der Marktpartner -- 4 Marktforschung zum Einsatz und zur Wirkung des Marketing-Mix -- 5 Analyse und Dokumentation von Marktforschungsergebnissen -- Literaturverzeichnis -- Stichwortverzeichnis
Sommario/riassunto	Das Lehrbuch vermittelt in anwendungsorientierter Form Begriffe und Methoden der Marktforschung. Das Buch ist aufgeteilt in drei Teile: Methodische Grundlagen, praktische Anwendungsfelder und quantitative Analysen im Bereich der Marktforschung. Die vollständig überarbeitete Neuauflage greift aktuelle Aspekte der Digitalisierung und Automatisierung in der Marktforschung auf und bietet für Dozenten und Studierende zahlreiche digitale Erweiterungen. Umfangreiches Zusatzmaterial (Powerpoint-Folien, Lernvideos und Datensätze) finden die Leser über QR-Codes im Buch und auf der bucheigenen Webseite. „Das Marktforschungsbuch von Koch/Riedmüller gibt einen sehr guten Überblick über die wichtigsten Methoden der Marktforschung. Die 8. Auflage bietet mit verbundenen Lernvideos, SPSS-Datensätzen und QR-Links zu Marktforschungsportalen einen echten Mehrwert für Dozenten und Studierende.“ Prof. Dr. Björn Ivens, Lehrstuhl für BWL, insb. Marketing,

Universität Bamberg „Die Digitalisierung verändert die Marktforschungsbranche derzeit rasant. Umso wichtiger wird es, die mit neuen Methoden und Herangehensweisen gewonnen Ergebnisse auch richtig einzuordnen und zu interpretieren. Die dafür erforderlichen methodischen Marktforschungsgrundlagen als auch die Beleuchtung neuer Trends und Entwicklungen im Bereich der Methodik, Analytik und Anwendung liefert diese nun mehr achte Auflage von „Marktforschung“. Das Buch ist damit nicht nur eine wertvolle Informationsquelle in der Ausbildung und dem Studium, sondern auch für Marktforscher wie mich in der täglichen Praxis ein nützliches Nachschlagewerk.“ Maik Stücken, Senior Director CX, Insights Division, Kantar Bielefeld
