

Géomarketing : principes, méthodes et applications

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Géomarketing : principes, méthodes et applications / Latour, Philippe ; Le Floc'h, Jacques

Auteur(s) : Latour, Philippe

Autre(s) auteur(s) : Le Floc'h, Jacques

Editeur, producteur : Paris : Éd. d'Organisation, 2001
(55-Bar-le-Duc; Saint-Paul impr.)

Description matérielle : 271 p. : cartes en coul. ; 24 cm

ISBN : 2-7081-2526-5

Classification décimale Dewey : 658.8 23

Note sur les bibliographies et les index : Webliogr. p. 264

Index

Glossaire

Bibliogr. p. 260-263

Résumé ou extrait : Le géomarketing ne se réduit pas à une simple représentation graphique des données ; les auteurs montrent au contraire qu'il est une réelle discipline disposant de moyens, de méthodes et de spécialistes propres. Ils en exposent les principes et les méthodes (analyse spatiale et fonctions statistiques), développent les applications (B-to-B...), les moyens et proposent un cahier des charges.

Sujet(s) : mercatique

géomarketing

géographie économique

Sujet - Nom commun : Géomarketing

Études de marché

Marketing relationnel