

Market : études et recherches en marketing ; fondements, méthodes

Type de contenu : Texte Image fixe

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Market : études et recherches en marketing ; fondements, méthodes [Texte imprimé] / Evrard, Yves ; Pras, Bernard ; Roux, Elyette

Auteur(s) : Evrard, Yves

Autre(s) auteur(s) : Pras, Bernard (1943-....)
Roux, Elyette

Autre(s) responsabilité(s) : Choffray, Jean-Marie (Collaborateur)
Dussaix, Anne-Marie (Collaborateur)

Editeur, producteur : [Paris] : Nathan, 1993
(86-Ligugé; Impr. Aubin)

Description matérielle : 628 p. ; 25 cm

Collection : Connaître et pratiquer la gestion

ISBN : 2-09-192115-7

Appartient à la collection : Connaître et pratiquer la gestion 0291-7106 1993

Note sur les bibliographies et les index : Index

Résumé ou extrait : Cet ouvrage a pour originalité de présenter tout à la fois, les méthodes qualitatives et quantitatives, allant des études exploratoires aux systèmes experts, en passant par les analyses de données et la collecte d'informations. Orienté vers la prise de décision, il part des problèmes de recherches pour montrer quelles analyses et quels types de recueils de données sont pertinents pour les traiter. Enfin, des encadrés techniques et illustratifs permettent au lecteur d'approfondir, au gré de ses préoccupations, les points majeurs du développement.

Sujet(s) : mercatique
entreprise

Sujet - Nom commun : Marketing -- Recherche
Marketing -- Prise de décision