



Przewodnik po Kwalitacyjnych Badaniach Rynkowych: Konsumpcja i Socjologia

Indeks: 803370 Producent: Springer VS

Cena: 176.16 zł

Opis

Qualitative Markt- und Konsumforschung: Einführung und Praxis-Handbuch (Konsumsoziologie und Massenkultur)

Producent: Springer VS

Eksploruj nowe horyzonty w dziedzinie konsumpcji z książką „Qualitative Markt- und Konsumforschung: Einführung und Praxis-Handbuch”. Ta unikalna publikacja przynosi wgląd w zagadnienia związane z konsumpcją, grupowymi dyskusjami, tożsamością i badaniami rynkowymi. Autorem książki są Thomas Kühn i Kay-Volker Koschel, a jej wydanie 1. Aufl. 2022 gwarantuje aktualność i jakość treści. Przygotuj się na fascynującą podróż po świecie konsumpcji!

Zanurz się w teoriach konsumpcji oraz praktycznych narzędziach badawczych prezentowanych w „Qualitative Markt- und Konsumforschung: Einführung und Praxis-Handbuch”. Książka ta, wydana przez Springer VS, to niezbędne kompendium dla wszystkich zainteresowanych konsumpcją, socjologią rynku oraz metodami jakościowej analizy. Odkryj unikalną perspektywę na zachowania konsumenckie i zbadaj głębiej struktury współczesnego rynku.

„Qualitative Markt- und Konsumforschung: Einführung und Praxis-Handbuch” to nie tylko książka, to przewodnik po świecie konsumpcji i socjologii rynku, który otworzy Ci drzwi do nowych, fascynujących spostrzeżeń. Poznaj tajniki grupowych dyskusji, identyfikacji konsumenckiej i metod jakościowych badań. Ta książka to niezbędne narzędzie dla wszystkich badaczy, praktyków i pasjonatów zagadnień konsumenckich.

- **temat:** Occupational & industrial psychology, Probability & statistics, Sales & marketing, Sociology, Sociology: work & labour, Arbeitspsychologie, Empirische Sozialforschung, Marketing, BUSINESS & ECONOMICS / Consumer Behavior, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, Mathematics / Probability & Statistics / General, Social Science / Sociology / General, ANF: Society, Arbeit, Wirtschaft, Technik, Arbeits-, Wirtschafts- und Organisationspsychologie, Arbeitspsychologie, Arbeitssoziologie, Wirtschaftssoziologie, Industriesoziologie, BUSINESS & ECONOMICS, BUSINESS & ECONOMICS / Consumer Behavior, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, Business & Economics/Consumer Behavior - General, Business & Economics/Marketing - General, Consumer Behavior, Consumer Behavior - General, Economic Sociology, Empirische Sozialforschung, Führung, Betrieb, Organisation, General, Gruppendiskussionen, Gruppendiskussionen; Identität; Konsumsoziologie; Marktforschung; Qualitative Forschung; Qualitative Interviews, Gruppendiskussionen; Identität; Konsumsoziologie; Marktforschung; Qualitative Forschung; Qualitative Interviews, HC, HC/Mathematik/Wahrscheinlichkeitstheorie, Stochastik, Mathematische Statistik, HC/Soziologie, HC/Soziologie/Arbeitssoziologie, Wirtschaftssoziologie, Industriesoziologie, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover, Hardcover, Softcover / Soziologie, Identität; Konsumsoziologie; Marktforschung; Qualitative Forschung; Qualitative Interviews; Gruppendiskussionen, Identität, Konsumsoziologie, MATHEMATICS, MATHEMATICS / Probability & Statistics / General, Management, Marketing, Marketing - General, Marketing und Vertrieb, Marktforschung, Mathematics/Probability & Statistics - General, Mathematik, Methodology, Non-Fiction, Occupational & industrial psychology, Occupational and industrial psychology,

Probability & Statistics - General, Probability & statistics, Probability and statistics, Psychologie, Psychologie / Führung, Betrieb, Organisation, Psychologie / Wirtschaft, Arbeit, Werbung, Qualitative Forschung, Qualitative Interviews, Research, SOCIAL SCIENCE, SOCIAL SCIENCE / Methodology, SOCIAL SCIENCE / Research, SOCIAL SCIENCE / Sociology / General, SOCIAL SCIENCE / Statistics, SOCIAL SCIENCES (GENERAL), Sales & marketing, Sales and marketing, Scholarly, Scholarly/Undergraduate, Social Science/Methodology, Social Science/Sociology - General, Social Science/Sociology of Religion, Social research & statistics, Social research and statistics, Sociological Methods, Sociology, Sociology - General, Sociology of Religion, Sociology: work & labour, Sociology: work and labour, Sozialforschung, Soziologie, Soziologie / Arbeit, Wirtschaft, Technik, Soziologie: Arbeit und Beruf, Statistics, Survey Methodology, TEXT, Undergraduate, Verbraucher, Verstehen, Vertrieb und Marketing, Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik, Wahrscheinlichkeitstheorie, Stochastik, Mathematische Statistik, Werbung, Marketing, Wirtschaft, Wirtschaft, Arbeit, Werbung, Occupational and industrial psychology, Probability and statistics, Sales and marketing, Sociology: work and labour, HC/Mathematik/Wahrscheinlichkeitstheorie, Stochastik, Mathematische Statistik, HC/Soziologie, HC/Soziologie/Arbeitssoziologie, Wirtschaftssoziologie, Industriesoziologie, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing

- **wiązący:** paperback
- **język:** german, german, german
- **waga przedmiotu:** 344 grams
- **strony:** 260
- **słowo kluczowe tematu:** Gruppendiskussionen, Gruppendiskussionen; Identität; Konsumsoziologie; Marktforschung; Qualitative Forschung; Qualitative Interviews, Gruppendiskussionen; Identität; Konsumsoziologie; Marktforschung; Qualitative Forschung; Qualitative Interviews, Identität; Konsumsoziologie; Marktforschung; Qualitative Forschung; Qualitative Interviews; Gruppendiskussionen, Identität, Konsumsoziologie, Marktforschung, Qualitative Forschung, Qualitative Interviews
- **marka:** Springer VS
- **kod unspsc:** 55101500
- **kod podmiotu:** BUS016000, BUS043000, MAT029000, SOC026000, 1627, 1720, 1724, 1785, JMJ, PBT, KJS, JHBL, ARBF4400, EMPI7000, MARK3600, JMJ, PBT, KJS, JHB, JHBL
- **grupa docelowa:** Professional and scholarly
- **kolor:** Yellow
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.35 kilograms
- **wydanie:** 1. Aufl. 2022
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 3531194291, 9783531194295, 09783531194295
- **producent:** Springer VS
- **tytuł serii:** Konsumsoziologie und Massenkultur
- **autor:** Kühn, Thomas, Koschel, Kay-Volker
- **gatunek muzyczny:** Sociology, Sociology: work & labour, Probability & statistics, Occupational & industrial psychology, Sales & marketing, SOCIAL SCIENCE, Sociology, General, MATHEMATICS, Probability & Statistics, General, BUSINESS & ECONOMICS, Consumer Behavior, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, General, HC, Soziologie, HC, Soziologie, Arbeitssoziologie, Wirtschaftssoziologie, Industriesoziologie, HC, Mathematik, Wahrscheinlichkeitstheorie, Stochastik, Mathematische Statistik, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, Sociology, Sociology: work and labour, Probability and statistics, Occupational and industrial psychology, Sales and marketing
- **Data publikacji:** 2022-08-18T00:00:01Z
- **numer wydania:** 1
- **nazwa przedmiotu:** Qualitative Markt- und Konsumforschung: Einführung und Praxis-Handbuch (Konsumsoziologie und Massenkultur)
- **data premiery:** 2022-08-18T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2012-06-06T07:28:12.336Z

Wydawca	Springer VS
Rok wydania	2022
Liczba stron	260
Waga	0.344 kg
Język	Niemiecki
Typ oprawy	Miękka