



Segmentacja w Marketingu Społecznym: Proces i Metody

Indeks: **720673** Producent: **Springer**

Cena: 689.86 zł

Opis

Segmentation in Social Marketing: Process, Methods and Application

Producent: Springer

Segmentacja w marketingu społecznym to obszerny temat, który obejmuje procesy, metody i praktyczne zastosowania w dziedzinie badań rynkowych, zdrowia publicznego i medycyny zapobiegawczej. Ta książka skupia się na analizie zachowań, studiach przypadków, badaniach eksperymentalnych i projektowaniu interwencji, a także na etyce marketingu i strategiach marketingowych. Opracowane narzędzia, takie jak klasyfikacja dwuetapowa czy kryteria benchmarkingowe, pomagają w skutecznym projektowaniu programów marketingu społecznego.

Autorzy przedstawiają kluczowe metody badawcze, takie jak Segmentacja Rynku, Targetowanie Rynku i Pozycjonowanie (STP), a także omawiają znaczenie zmiany zachowań dla promocji zdrowia i zapobiegania chorobom. Książka zawiera bogaty materiał teoretyczny i praktyczne przykłady zastosowań w obszarze zdrowia publicznego i badań rynkowych.

To kompleksowe opracowanie tematu marketingu społecznego skierowane jest zarówno do profesjonalistów z branży marketingu, jak i badaczy zajmujących się zdrowiem publicznym i medycyną zapobiegawczą. Pozwala lepiej zrozumieć procesy segmentacji rynku, narzędzia analizy danych i projektowania skutecznych programów marketingowych w kontekście społecznym.

- **temat:** BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / Research, Business & Economics/Marketing - Research, Health & Fitness/General, MEDICAL / Preventive Medicine, Medical/Preventive Medicine, HC/Medizin/Allgemeines, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover / Wirtschaft/Werbung, Marketing, Market research, Public health & preventive medicine, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / Research, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, Research, MEDICAL / Preventive Medicine, MEDICAL, Preventive Medicine, Market Research/Competitive Intelligence, Market Research, Competitive Intelligence, Health Promotion and Disease Prevention, Market Research and Competitive Intelligence, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, HC/Medizin/Allgemeines, Medizin, Allgemeines, Behavior Change;Case Study Method;Consumer Behavior;Experimental Research;Intervention Design;Market Research;Market Segmentation;Market Segmentation Process;Market Targeting;Marketing Ethics;Marketing Mix;Marketing Strategy;Product Positioning;Public Health;Research Methods;Segmentation Targeting Positioning Process;Social Marketing;Social Marketing Benchmark Criteria;Social Marketing Program Design;Two-step Cluster Analysis, Public health and preventive medicine, Market research, Public health & preventive medicine, Marktforschung, Public Health und Präventivmedizin, Public health and preventive medicine
- **wiązący:** paperback
- **język:** english, english, english
- **waga przedmiotu:** 0.703 pounds

- **strongy:** 220
- **słowo kluczowe tematu:** Behavior Change; Case Study Method; Consumer Behavior; Experimental Research; Intervention Design; Market Research; Market Segmentation; Market Segmentation Process; Market Targeting; Marketing Ethics; Marketing Mix; Marketing Strategy; Product Positioning; Public Health; Research Methods; Segmentation Targeting Positioning Process; Social Marketing; Social Marketing Benchmark Criteria; Social Marketing Program Design; Two-step Cluster Analysis, Behavior Change; Case Study Method; Consumer Behavior; Experimental Research; Intervention Design; Market Research; Market Segmentation; Market Segmentation Process; Market Targeting; Marketing Ethics; Marketing Mix; Marketing Strategy; Product Positioning; Public Health; Research Methods; Segmentation Targeting Positioning Process; Social Marketing; Social Marketing Benchmark Criteria; Social Marketing Program Design; Two-step Cluster Analysis, Business/Economics, Non-Fiction, Singapore, TEXT, behaviorchange; CaseStudyMethod; ConsumerBehavior; experimentalresearch; InterventionDesign; marketresearch; marketsegmentation; MarketSegmentationProcess; MarketTargeting; MarketingEthics; MarketingMix; MarketingStrategy; ProductPositioning; PublicHealth; researchmethods; SegmentationTargetingPositioningProcess; SocialMarketing; SocialMarketingBenchmarkCriteria; SocialMarketingProgramDesign; Two-stepClusterAnalysis
- **marka:** Springer
- **kod podmiotu:** 1691, 1785, 1785, KJSM, MBN, MBN, BUS043060, BUS043060, HEA000000, MED076000, MED076000, KJSM, MBN
- **grupa docelowa:** General/trade
- **Liczba przedmiotów:** 1
- **kolor:** Yellow
- **waga opakowania przedmiotu:** 1 pounds
- **wydanie:** Softcover reprint of the original 1st ed. 2017
- **producent:** Springer
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 9789811094576, 09789811094576
- **gatunek muzyczny:** Market research, Public health & preventive medicine, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, Research, MEDICAL, Preventive Medicine, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, HC, Medizin, Allgemeines, Market research, Public health and preventive medicine
- **Data publikacji:** 2018-06-16T00:00:01Z
- **numer wydania:** 1
- **nazwa przedmiotu:** Segmentation in Social Marketing: Process, Methods and Application
- **data premiery:** 2018-06-16T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2020-12-20T22:06:00.292Z

Parametry

Wydanie	Softcover reprint of the original 1st ed. 2017
Liczba stron	220
Producent	Springer
Język	angielski
Data publikacji	2018-06-16