



Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS

Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories

 [Telecharger Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS ...pdf](#)

 [Lire en Ligne Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SP ...pdf](#)

Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS

Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories

Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories

Téléchargez et lisez en ligne Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories

728 pages

Présentation de l'éditeur

Véritable référence mondiale, *Études marketing* constitue un outil indispensable pour les étudiants en marketing comme pour les professionnels. Il donne une vision complète et pratique des études de marché et en détaille toutes les étapes : - la définition de l'objectif de l'étude et de la méthodologie à adopter : cadre théorique, modèle analytique et hypothèses d'étude.

- les designs d'études (modèles de types exploratoire, descriptif, causal, etc.), les échelles de mesure, la conception de questionnaires et la construction d'échantillons.
- le recueil d'informations sur le terrain et l'analyse des données : tris croisés, analyses conjointe, factorielle, discriminante et de corrélation.

Les nombreux cas réels illustrent les concepts tandis qu'un projet concret de magasin, utilisé comme fil rouge, met en oeuvre toutes les étapes d'une étude de marché. Par ailleurs, l'utilisation des logiciels d'analyse de données SPSS et SAS est présentée de manière très opérationnelle et les activités (questions de révision, exercices d'application, SPSS, SAS) permettent de revoir et de mettre en pratique les connaissances acquises.

Cette sixième édition se distingue par :

- un chapitre inédit sur les équations structurelles.
- deux chapitres renforcés sur les études qualitatives.
- des applications mises à jour ou enrichies.

Grâce à « SAS® OnDemand for Academics », vous pouvez utiliser les logiciels SAS (dont SAS® Enterprise Guide) gratuitement pour vos cours d'études Marketing. Biographie de l'auteur

Naresh Malhotra est professeur à l'école de management DuPree de l'Institut de Technologie de Géorgie. Il a écrit plus de 90 articles publiés dans un grand nombre de revues de référence dans le domaine des statistiques, du management et du marketing : *Journal of Marketing Research*, *Journal of Health Care Marketing*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, *Journal of Consumer Research*, *Marketing Science*, *Journal of Marketing*, *Journal of Retailing*. Il est également l'auteur de plusieurs livres sur les études marketing. Il a collaboré pendant 18 ans à la revue *Decision Sciences* et fait maintenant partie du comité de rédaction de huit revues. Il a par ailleurs été consultant auprès d'entreprises et de plusieurs organisations à but non lucratif et gouvernementales, se spécialisant dans l'analyse de données et les méthodes statistiques. Jean-Marc Décaudin, HEC, docteur en sciences de gestion, agrégé des universités, est professeur à l'IAE, Université Toulouse Capitole et à TBS, Groupe ESC Toulouse. Il est auteur ou co-auteur d'articles scientifiques sur la communication marketing et d'ouvrages tels que *Pentacom*, 3e édition ou *La Communication Marketing Intégrée*. Afifa Bouguerra est maître de conférences en marketing à l'IAE de Toulouse. Membre de l'Association Française de Marketing (AFM), elle est co-auteur avec Jean-Marc Décaudin de *La communication marketing intégrée*. Ses thèmes de recherche portent sur la marque et son évolution avec Internet, ainsi que sur le marketing des services. Denis Bories est maître de conférences en marketing à l'Université de Toulouse 2 et à l'ESC Pau. Il est membre de l'Association Française de Marketing (AFM) et ses recherches se consacrent aux méthodologies de recherche et au marketing Business to Business.

Download and Read Online Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories #64RKH9NEGM5

Lire Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS par Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories pour ebook en ligne Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS par Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS par Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories à lire en ligne. Online Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS par Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories ebook Téléchargement PDF Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS par Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories Doc Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS par Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories Mobipocket Etudes marketing 6e édition + Données en ligne : SPSS et SAS par Naresh Malhotra, Jean-Marc Décaudin, Afifa Bouguerra, Denis Bories EPub

64RKH9NEGM564RKH9NEGM564RKH9NEGM5