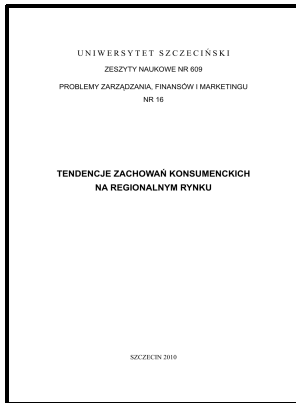


Dekompozycyjne metody pomiaru preferencji w badaniach marketingowych

Wydawn. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu - Podejście kompozycyjne i dekompozycyjne w pomiarze wyrażonych preferencji konsumentów

Description: -



-
Lisbon (Portugal) -- Description and travel.
Turkey -- History -- Ahmed III, 1703-1730.
Chile -- History.
Deus, João de, 1830-1896
Marketing research. Dekompozycyjne metody pomiaru preferencji w badaniach marketingowych
-
Prace naukowe Akademii Ekonomicznej imienia Oskara Langego we Wrocławiu.
nr. 157
Monografie i opracowania.
nr. 1013
Prace naukowe Akademii Ekonomicznej imienia Oskara Langego we Wrocławiu, Dekompozycyjne metody pomiaru preferencji w badaniach marketingowych
Notes: Includes bibliographical references (p. [243]-262) and index.
This edition was published in 2004



Filesize: 16.83 MB

Tags: #Nominacja #profesorska #dla #dr. #hab. #Andrzeja #Bąka

The conjoint R package as a tool for measuring stated preferences

Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków, 1997. Zaprojektowany został z myślą o statystykach, ekonometrykach, ekonomistach oraz studentach kierunków ekonomicznych.

Dekompozycyjne metody pomiaru preferencji w badaniach marketingowych

Harvard Business Review, 53, 107-117.

Dekompozycyjne metody pomiaru preferencji w badaniach marketingowych

Przykłady i zastosowania z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego. Choosing one of them determines both how to collect data about preferences, methods of analysis, as well as the form of the model describing the preferences.

Katedra Ekonometrii i Informatyki

Do wyboru liczby klas wykorzystano indeks gap zob. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 1997.

The conjoint R package as a tool for measuring stated preferences

An Introduction to Designing Choice Experiments, Collecting, Processing, and Analyzing Choice Data with the SAS® System. Słownik marketingu i reklamy angielsko-polski i polsko-angielski. Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice, 1998.

POMIAR I ANALIZA PREFERENCJI WYRAŻONYCH Z WYKORZYSTANIEM PAKIETU CONJOINT PROGRAMU R 1.1. WSTĘP. nr N N MARCIN PEŁKA, ANETA RYBICKA

Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków, 1997. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław, 2000.

Nominacja profesorska dla dr. hab. Andrzeja Bąka

Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 2001.

Related Books

- [Flemish movement in Belgium](#)
- [Air Force and you](#)
- [Boys lunch](#)
- [Nouveau plan de Genève par secteurs.](#)
- [Oaxaca - arquitectura religiosa : los templos cristianos de la Cd. de Oaxaca](#)