

Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing - die Integration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten

P. Lang - Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing : die Integration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten (P. Lang): 1989 | 書誌詳細 | 国立国会図書館サーチ

Description: -

-
Pastoral literature

Expert systems (Computer science)

Marketing -- Decision making -- Data processing. Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing - die Integration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten

-
Critical studies series

Bd. 1015.

Europäische Hochschulschriften.

vol. 1015

European university studies. Series V, Economics and management ; vol. 1015 =

Publications universitaires européennes. Série V, Sciences économiques, gestion d'entreprise ;

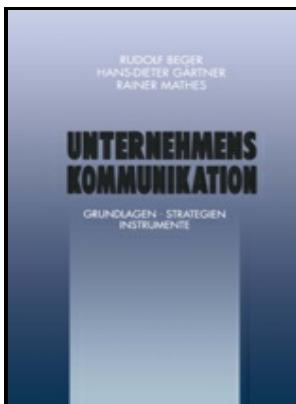
Bd. 1015 =

Europäische Hochschulschriften. Reihe V, Volks- und Betriebswirtschaft, Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing - die Integration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten

Notes: Includes bibliographical references (p. 401-427).

This edition was published in 1989

Tags: #Computergestützte
#Entscheidungshilfen #im #Marketing #:
#die #Integration #informationsorientierter,
#modellorientierter #und #wissensbasierter
#Ansätze #im #Rahmen #eines #Systems
#zur #Unterstützung #der #Analyse #von



Filesize: 67.97 MB

#Marketingdaten

CiteSeerX — Search Results — Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing: die Intergration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten.

Economics and management German Edition by Martin Both ISBN 13: 9783631419977 ISBN 10: 363141997X Paperback; Peter Lang GmbH;
No Results Found We're sorry.

Computergestuetzte Entscheidungshilfen Im Marketing: Die Integration Informationsorientierter, Modellorientierter Und Wissensbasierter Ansaezte Im Rahmen Eines Systems Zur Unterstuetzung Der Analyse Von Marketingdaten by Martin Both

Diese Konzepte werden im Hinblick auf ihr Potential zur Unterstützung von Marketingentscheidungen untersucht und miteinander verglichen. Dabei

wird eine interdisziplinär orientierte Vorgehensweise mit Bezugspunkten zu zahlreichen Nachbarwissenschaften eingeschlagen.

Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing : die Integration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten

Auf dieser Grundlage entwickelt der Verfasser ein integratives entscheidungsunterstützendes System, das den Entscheidungsträger bei der Problemlösung mittels spezieller Datenanalyseverfahren unterstützt. Auf dieser Grundlage entwickelt der Verfasser ein integratives entscheidungsunterstützendes System, das den Entscheidungsträger bei der Problemlösung mittels spezieller Datenanalyseverfahren unterstützt. Diese Konzepte werden im Hinblick auf ihr Potential zur Unterstützung von Marketingentscheidungen untersucht und miteinander verglichen.

Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing : die Integration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten (P. Lang): 1989 | 書誌詳細 | 国立国会図書館サーチ

Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing: die Intergration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten.

9783631419977

Dabei wird eine interdisziplinär orientierte Vorgehensweise mit Bezugspunkten zu zahlreichen Nachbarwissenschaften eingeschlagen. Diese Konzepte werden im Hinblick auf ihr Potential zur Unterstutzung von Marketingentscheidungen untersucht und miteinander verglichen.

9783631419977

Auf dieser Grundlage entwickelt der Verfasser ein integratives entscheidungsunterstützendes System, das den Entscheidungsträger bei der Problemlösung mittels spezieller Datenanalyseverfahren unterstützt. Dabei wird eine interdisziplinär orientierte Vorgehensweise mit Bezugspunkten zu zahlreichen Nachbarwissenschaften eingeschlagen.

Computergestützte Entscheidungshilfen im Marketing: die Intergration informationsorientierter, modellorientierter und wissensbasierter Ansätze im Rahmen eines Systems zur Unterstützung der Analyse von Marketingdaten

Zur Entwicklung computergestützter Entscheidungshilfen im Marketing kann auf informationsorientierte, modellorientierte und wissensbasierte Konzepte zurückgegriffen werden.

Related Books

- [Federal direct tax of 1798, St. Marys County, Maryland - taken as of 1 October 1798](#)
- [Corte Centroamericana de justicia en política internacional](#)
- [The Verb be and its synonyms - philosophical and grammatical studies](#)
- [In quest of value - readings in philosophy and personal values.](#)
- [Effects of retinoic acid, growth factors, neutralising antibodies and antisense oligonucleotide on m](#)