



Business Source®

Самая авторитетная
научная база данных о
бизнесе в мире...

Маркетинг

Менеджмент

ИСМ

Управление
проектами

Бухгалтерский
учет

Финансы

Экономика

Обширные полнотекстовые материалы по таким дисциплинам как маркетинг, бухгалтерский учет, банковское дело и финансы.

Подборка ключевых научных журналов по бизнесу, начиная с 1886 года.


А также: финансовые показатели, книги, отраслевые и рыночные обзоры, профили компаний и многое другое.

Доступ базе данных в вашей библиотеке или удаленно!
За дополнительной информацией обратитесь к библиотекарю.

<http://search.ebscohost.com/>



- 1 Ограничители данного поиска**
Обзор ограничителей, которые можно легко менять в процессе поиска
- 2 Важные ограничители поиска**
Полный текст, доступные ссылки на литературу, научные (рецензируемые) журналы, дата публикации
- 3 Возможности расширенного поиска**
Кроме простого поиска, можно также использовать несколько окон поиска, логический оператор или искать выборочно в определенных полях
- 4 Термины тезауруса**
Можно также сфокусировать поиск на определенных предметных терминах
- 5 Доступ к полному тексту**
Доступ к полнотекстовому документу при помощи одного клика
- 6 Папка – My EBSCOhost**
При помощи личной папки можно сохранять документы или создавать оповещения
- 7 Быстрый просмотр изображений**
Удобная демонстрация доступных иллюстраций, графиков и рисунков из документов в списке результатов поиска
- 8 Выбор языка**
Язык интерфейса можно легко изменить на другой доступный в списке
- 9 Справка**
Сайт поддержки EBSCO содержит подсказки и практические пособия на разных языках, включая русский. Ссылка расположена внизу любой страницы EBSCOhost
- 10 История поиска**
Удобная возможность вернуться к прошлым результатам поиска.



Идет поиск: **Business Source Premier** | [Выбрать базы данных](#)

marketing research | SU Subject Terms | **Поиск** | **Очистить** | ?

AND | consumer behavior | **Выбрать поле (нео 3)**

AND | | **Выбрать поле (необ...)** | + | -

[Базовый поиск](#) | [Расширенный поиск](#) | [История поиска](#)

Результаты поиска: 1 - 5 из 615 | Значимость ▾ | Параметры страницы ▾ | Поделиться ▾

Уточнить результаты

Текущий поиск ▾

Найти все искомые термины:

SU marketing research AND consumer behavior **1**

Ограничители

Полный текст **x**

Научные (рецензируемые) журналы **x**

Дата публикации: 20100101-20141231 **x**

Ограничение до ▾

Полный текст **2**

Доступные ссылки на литературу

Научные (рецензируемые) журналы

2010 | Дата издания | 2014

[Показать больше](#)
Набор параметров

Source Types ▾

Предмет: термин тезауруса

- consumer behavior (50) **4**
- research (388)
- marketing research (300)
- consumers -- attitudes (227)
- consumer research (209)
- marketing (157)

[Показать больше](#)

Тема ▾

Издание ▾

- journal of marketing research (jmr) (93)
- international journal of market research (67)
- journal of marketing management (66)
- journal of advertising research (62)
- journal of consumer research (60)
- journal of marketing (46)

[Показать больше](#)

Компания ▾

География ▾

NAICS/отрасль ▾

1 Making meaning: the fate of the consumer in market research.

By: Bamham, Chris. *International Journal of Market Research*. 2014, Vol. 56 Issue 3, p279-281. 3p. DOI: 10.2501/IJMR-2014-019.

The article focuses on the role of **consumers** and **consumer behavior** in market research. Topics discussed include a brief history of **consumer research** within the **marketing** discipline, the meaning a...

Тематика: CONSUMER research; CONSUMER behavior; RESEARCH; MARKETING research -- Methodology; CONSUMERS -- Attitudes; BRANDING (Marketing); ADVERTISING research; Marketing Research and Public Opinion Polling

Полный текст PDF (1.4MB)

2 How Contagious Is Your Viral Marketing Campaign? A Mathematical Model for Assessing Campaign Performance.

By: EWING, MICHAEL T.; STEWART, DAVID B.; MATHER, DINELI R.; NEWTON, JOSHUA D. *Journal of Advertising Research*. Jul2014, Vol. 54 Issue 2, p205-216. 12p. 1 Diagram, 4 Charts, 1 Graph. DOI: 10.2501/JAR-54-2-205-216.

Few **marketing** campaigns purely are viral. Most comprise both viral (peer-to-peer transmission) and non-viral (firm-initiated transmission) components. Unfortunately, current metrics for assessing...

Тематика: VIRAL marketing; RESEARCH; MARKETING -- Mathematical models; MARKETING strategy -- Mathematical models; MARKETING management; CONSUMER behavior -- Mathematical models; CONSUMER research

Полный текст PDF (11.4MB)

3 Consumer Moments of Truth In the Digital Context.

By: MORAN, GILLIAN; MUZZELLE, LAURENT; NOLAN, EOGHAN. *Journal of Advertising Research*. Jul2014, Vol. 54 Issue 2, p200-204. 5p. 1 Diagram. DOI: 10.2501/JAR-54-2-200-204.

The **consumer** purchasing journey has evolved. The current paper revisits the practitioner-led "Moments of Truth" model used by a number of successful multinationals (initially Procter & Gamble and...

Тематика: INTERNATIONAL business enterprises; MARKETING; CONSUMER behavior; RESEARCH; MARKETING models; VIRAL marketing; WORD-of-mouth advertising; SEARCH engine optimization; INTERNET marketing

Полный текст PDF (4.8MB)

4 Understanding the rural consumer's behaviour in the context of his ecosystem.

By: Mohanta, Saroj Kumar, Mishra, Abhishek, Dash, Satya. *International Journal of Market Research*. 2012, Vol. 54 Issue 5, p603-612. 10p. 2 Illustrations, 1 Diagram, 1 Chart. DOI: 10.2501/IJMR-54-5-603-612.

Rural markets have always been a challenge for market researchers. Conventional tools applicable in urban areas are not directly adaptable in the rural setting. With the emergence of rural market...

Тематика: RESEARCH; MARKETING research -- Methodology; CONSUMER behavior; CONSUMERS; CONSUMER research; MARKETING research; DECISION making; MARKETING research companies; CONSUMERS' preferences; BRANDING (Marketing); INDIA; Marketing Research and Public Opinion Polling; RURAL population; RURAL-urban differences; SOCIAL aspects

[Показать все 4 изображений](#)

Цитируемые источники: (6)

Полный текст PDF (5.1MB)

5 When Imitation Doesn't Flatter: The Role of Consumer Distinctiveness in Responses to Mimicry.

By: WHITE, KATHERINE; ARGO, JENNIFER J. *Journal of Consumer Research*. Jun2014 Supplement, pS3-S16. 14p. 1 Color Photograph, 3 Black and White Photographs. DOI: 10.1086/660187.

In a series of four experiments, the authors examine the implications of one **consumer's** possession being mimicked by another **consumer**. The results demonstrate that when distinctiveness concerns a...

Тематика: PERSONAL property; CONSUMERS -- Attitudes; CONSUMER research; CONSUMER behavior; MARKETING; IMITATION -- Social aspects

[Показать все 4 изображений](#)

Полный текст PDF (15.5MB)

Страница: 1 2 3 4 5 [Дальше](#)