

Titlu: *Revista Română de Marketing*

Nr. 2/2014

Loc: București

Editură: Rosetti International

An: 2014

Nr. pagini: 82

Din cuprins:

Diana Maria Vrânceanu – Implicațiile prețurilor promoționale folosite de comercianții cu amănuntul asupra prețurilor de referință ale consumatorilor

Varsha Jain, Reshma Vatsa, Khyati Jagani – Exploring Generation Z's Purchase Behavior towards Luxury Apparel: a Conceptual Framework

Graa Amel, Dani El Kebir Maachou, Salah Elyas – Exploring women motivations towards buying behavior in Algeria

Andreea-Ioana Romoņi-Maniu, Monica-Maria Zaharie – Publicitate ambientală – influența contextuală asupra percepției mesajului

Alina Gianina Fădor (Lala) – O abordare teoretică a termenului de inovare și a modelului de acceptare a tehnologiei (TAM)

Anamaria-Cătălina Radu, Andreea Botoș, Octavian Arsenie, Nicolae Teodorescu, Monica Paula Rațiu – Studiu al opiniilor tinerilor – viitori specialiști în marketing în turism cu privire la master planul pentru dezvoltarea turismului românesc