

MARKEDSFØRING

Reklame. Forbruksforskning. Varehandel
Guide til informasjonskilder i Biblioteket

Emneguiden henviser til et utvalg relevante informasjonskilder innen markedsføring.
Andre relevante emnelister kan være: **Bedriftsinformasjon. Strategi.**

Databaser i abonnement: Søkning er gratis for studenter og ansatte med tilgang til BIs nettverk. De fleste databaser er tilgjengelig hjemmefra. [Les mer om dette på bibliotekets hjemmeside](#) hvor du også finner detaljert informasjon om hver enkelt database.

Databaser med tidsskriftartikler

Tverrfaglige internasjonale databaser som er et godt startpunkt for søking:

Business Source Complete

Emerald Management

ScienceDirect

SpringerLink

Web of Science (ISI)

Tverrfaglige norske databaser:

Idunn.no

Norart

Databaser med avisartikler

Atekst

Dekker et stort utvalg norske aviser.

Factiva.com

Næringslivsstoff fra internasjonalt kjente aviser over hele verden.

Databaser med statistikker og markedsundersøkelser

Gallup PC

Data fra Gallups markedsundersøkelser innen norske forbruker- og medievaner. Omfatter databasene: Forbruker og Media i tillegg til InterBuss. Installert på dedikerte PCer i biblioteket.

IMD World competitiveness Online

Sammenlignende statistikk over de enkelte lands konkurransevne innen en rekke økonomiske områder. Databasen gir informasjon om ulike lands eller regioners attraktivitet for utenlandsinvesteringer.

Ipsos MMI

Data fra Ipsos' markedsundersøkelser innen norske forbruker- og medievaner. Installert på dedikerte PCer i biblioteket.

Statistisk sentralbyrå (SSB)

Statistiske tabeller og statistiske analyser publisert av Statistisk sentralbyrå, samt Statistikkbanken som gir muligheter til selv å velge omfang og innhold i en tabell. Inneholder også en omfattende samling lenker til andre lands statistiske byråer.

Statistikker i trykt utgave

Sentrale statistikker plassert i bibliotekets *statistikksamling*.

Markedsrapporten ... : dagligvarer i Norge = Marked trends ... : fast moving consumer goods in Norway. Oslo : AcNielsen Norge. Årlig.

Rapport over dagligvaremarkedet i Norge. Tar for seg trender og utvikling innenfor forskjellige varekategorier. Oversikt over de 20 største og hurtigst voksende varegruppene. Hyllenummer: *Statistikk* 658.87 MAR

Andhøyrapporter:

Rapportene har oversikt over kjøpesentra og butikkjeder med omsetningstall, antall butikker, leverandører og organisasjoner, adresselister. Publikasjonene har en del statistikk.

Hyllenummer: *Statistikk* 658.87

Tidsskrifter

Tidsskrifter med høy publiseringsverdi i academia. Alle er søkbare og tilgjengelige elektronisk via våre databaser og BIBSYS Ask.

European journal of marketing

International journal of research in marketing

Journal of business research

Journal of consumer psychology

Journal of consumer research

Journal of international marketing

Journal of marketing

Journal of marketing research

Journal of retailing

Journal of the Academy of Marketing Science

Marketing science

Fagbøker

BIBSYS Ask er bibliotekatalog for bl.a. BIs boksamling, *trykte og elektroniske* bøker. Du finner dessuten hva andre norske universitet og høyskoler har i sin biblioteksamling.

Sentrale emner med oppstillingsnummer på våre hyller:

330.567.2	Forbruk. Konsum
347.7	Næringsrett. Bedriftsrett
658.8	Markedsføring. Markedsføringskanaler
658.8.012.12	Markedsforskning
658.8.012.2	Markedsplanlegging
658.8.012.4	Markedsledelse
658.818	Kundeservice
658.84	E-handel
658.87	Detaljhandel. Varehandel
659.1	Reklame
659.113.2	Forbrukeratferd. Forbrukerforskning
659.2	Markedskommunikasjon
659.4	Public relations

Håndbøker for brukerundersøkelser

Sentrale håndbøker i trykt utgave:

Bearden, William O. Handbook of marketing scales : multi-item measures for marketing and consumer behavior research. 2nd.ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications 1999

Hylleumner: 658.8.012.12 BEA

Bruner, Gordon C. Marketing scales handbook : a compilation of multi-item measures
Chicago, Ill.: American marketing association, 1994.

Hyllenummer: 658.8.012.12 BRU

Fields, Dail L. Taking the measure of work : a guide to validated scales for organizational research and diagnosis. Thousand Oaks, Calif.: Sage 2002

Hyllenummer: 303.622 FIE