



1. Aufl. 2020, XVII, 166 S. 14 Abb.

Printed book

Softcover

[1]54,99 € (D) | 56,53 € (A) | CHF
61,00

Nathalie Harz

Virtual Reality in Erfolgsprognosen vor Neuprodukteinführung

Modellentwicklung, Validierung und empirische Untersuchung

Series: Schriftenreihe des Instituts für Marktorientierte
Unternehmensführung (IMU), Universität Mannheim

• Einsatz neuer Technologien in der Neuproduktentwicklung

Auf Basis empirischer Studien analysiert Nathalie Harz die Einsatzmöglichkeiten von Virtual Reality vor der Markteinführung eines neuen Produktes. Dabei entwickelt und validiert sie ein mathematisches Modell zur Absatzprognose und untersucht die Mechanismen von Virtual Reality, die zu einer Verbesserung der Prognosegenauigkeit beitragen. Außerdem identifiziert sie weitere Anwendungsmöglichkeiten von Virtual Reality in der Neuproduktentwicklung von Unternehmen. Das Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) wurde 1999 an der Universität Mannheim neu konstituiert. Es versteht sich als Plattform für anwendungsorientierte Forschung sowie als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Ziel dieser Schriftenreihe ist es, wissenschaftliche Erkenntnisse zu publizieren, die für die marktorientierte Unternehmensführung von Bedeutung sind. Die Autorin: Dr. Nathalie Harz promovierte bei Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg am Lehrstuhl für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim.

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

