

Cosmopolitanism impact on product purchase behavior on the example of Slovenian and Estonian consumers
Parts, Oliver; Vihalem, Ann Baltic Business and Socio-Economic Development 2009 : 5th International Conference, Kalmar, Sweden, September 14-15, 2009 2011 / p. 119-142 : ill

Eesti tarbija eelistusi roheline toode ei mõjuta

Vihalem, Ann Äripäev 2001 / 20. nov., lk. 13 <https://www.aripaev.ee/uudised/2001/11/19/eesti-tarbija-eelistusi-roheline-toode-ei-mojuta>

Ettevõtja

Vihalem, Ann; Teder, Juhan 2001 https://www.ester.ee/record=b1508175*est

[Ettevõtja]

Vihalem, Ann; Teder, Juhan 2001 https://www.ester.ee/record=b1828944*est

International trade fairs for facilitating the internationalisation of enterprises

Lumiste, Rünno; Prause, Gunnar Klaus; Feuerhake, Christian; **Venesaar, Urve; Vihalem, Ann; Kallaste, Marianne** International business - Baltic business development 2013 / p. 291-305

Juhiabi käsiraamat

Orvet, Sirje; **Vihalem, Ann; Pirso, Ebeli; Aadel, Leo; Ausmees, Heinrich; Tammeraid, Aita; Sarapik, Juta; Siirak, Virve** 2000

Juhid ei tunne äriturundust

Vihalem, Ann Äripäev 2002 / 29. okt., lk. 11 <https://www.aripaev.ee/uudised/2002/10/28/juhid-ei-tunne-ariturundust>

Juhtimiskontseptsioonist sõltub edukus

Vihalem, Ann Äripäev 1998 / 13. okt., lk. 13

Kauplused on täitunud eestikeelse turundusalase kirjandusega

Vihalem, Ann Äripäev 2003 / 4. märts, lk. 15 <https://www.aripaev.ee/uudised/2003/03/03/kauplused-taitunud-eestikeelse-turundusalase-kirjandusega>

Keskenduge otseturundusele

Vihalem, Ann Äripäev 2006 / 13. juuni, lk. 15

Klient on ülemus : [raamatu "Piisoni lend" tutvustus]

Vihalem, Ann Äripäev 2002 / 8. jaan., lk. 11

Kuidas luua head lastebrändi?

Vihalem, Ann Äripäev 2004 / 7. det., lk. 17 <https://www.aripaev.ee/uudised/2004/12/06/kuidas-luua-head-lastebbrandi>

Lööv reklaam levib ise : miks mõned reklaamid muutuvad folklooriks? : [kommenteerib: Ann Vihalem]

Rohtla, Katrin; **Vihalem, Ann** Äripäev 2007 / 14. aug., lk. 21 <https://www.aripaev.ee/uudised/2007/08/13/loov-reklaam-levib-ise>

Marketing : hind, müük ja reklaam

Vihalem, Ann 1996 https://www.ester.ee/record=b1056667*est

Marketing : turg, toode ja tarbija

Vihalem, Ann 1997 https://www.ester.ee/record=b1056684*est

Marketing majandusmaailma eri poolustel

Vihalem, Ann EMI Teataja 1993 / 10, lk. 31-34

Marketing. 1

Vihalem, Ann 1993 https://www.ester.ee/record=b1064959*est

Marketing. 2

1993 https://www.ester.ee/record=b1065399*est

Marketingi makrokeskkond

Vihalem, Ann TERE 1992 / 7. veebr., lk. 2; 14. veebr., lk. 2: ill

Marketingi mikrokeskkond

Vihalem, Ann TERE 1992 / 24. jaan., lk. 3

Marketingiõpetuse mõnedest tahkudest

Vihalem, Ann Eesti üleminekul turumajandusele : Eesti Vabariigi 75. aastapäevale pühendatud teadusliku konverentsi teesid 1993 / lk. 87-88

Näpunäiteid turundusuuringute tegemiseks

Vihalem, Ann Äripäev 2005 / 1. veebr., lk. 20 <https://www.aripaev.ee/uudised/2005/01/31/napunaiteid-turundusuuringute-tegemiseks>

Rahvusvaheline turundus

Vihalem, Ann 1999 https://www.ester.ee/record=b1207570*est

Seletav sõnaraamat turundajale

Vihalem, Ann Äripäev 2004 / 11. mai, lk. 21

Social marketing and its implementation in Estonia

Vihalem, Ann New world order : economic, social and political tendencies at the beginning of third millennium. Volume 2 2005 / p. 729-740

Social marketing and its trends in Estonia [Electronic resource]

Vihalem, Ann Proceedings of the ISSEI the 8th International Conference "European Culture in a Changing World : between Nationalism and Globalism" : 22-27 July, 2002, Aberystwyth, Wales 2003 / ? p. [CD-ROM]

The effects of cosmopolitanism on Estonian and Slovenian consumer choice behavior of foreign versus domestic products = Kosmopolitismi mõju Eesti ja Sloveenia tarbijate ostukäitumisele välismaiste versus kodumaiste toodete valikul

Parts, Oliver 2011

The role of cosmopolitanism in consumer ethnocentrism, knowledge of brand origins and foreign purchase behaviour

Parts, Oliver; Vida, Irena; Vihalem, Ann University-business cooperation Tallinn 2011 2011 / p. 259-276 : ill

Trends in income distribution and consumption in Estonia [Electronic resource]

Vihalem, Ann; Viies, Mare Proceedings of the Sixth Conference of ISSEI : 16-21 August 1998 : Haifa University, Israel 2001 / ? p. [CD-ROM]

Turundus on vastuolu sotsiaalse vastutusega

Vihalem, Ann Äripäev 2002 / 29. okt., lk. 11 <https://www.aripaev.ee/uudised/2002/10/28/turundus-on-vastuolus-sotsiaalse-vastutusega>

Turunduse alused

2003 https://www.ester.ee/record=b1820995*est

Turunduse alused

2008 https://www.ester.ee/record=b2400306*est

Turunduse alused : [oskussõnad] : harjutusvihik

Vihalem, Ann 1995

Turunduse juhtimine : Hind (7.3.3.5) ; Hinna kujundamine (7.3.3.6) ; Turunduskommunikatsioon (7.3.3.7) ;

Turunduskommunikatsiooni osad (7.3.3.8) ; Turustamine (7.3.3.9)

Vihalem, Ann Ettevõtja käsiraamat 2011 / [38] lk. : ill

Turundusuuringu alused

Vihalem, Ann 2001 https://www.ester.ee/record=b1525248*est

Turu-uurimisest Eesti Vabariigis

Vihalem, Ann Majandusteadus ja majanduspoliitika Eesti Vabariigis : ettekannete teesid ja artiklid (Tartu-Värskas-Tartu, 27.-28. mail 1994) 1994 / lk. 142-144

Tööstusliku ostukäitumise iseärasused

Vihalem, Ann Eesti Välismajanduse Teataja 1993 / 7, lk. 68-70

Uuel raamatul vargusekahtlus : uue käsiraamatu "Aktiivne müük ja turundus" osa teksti on sõna-sõnalt üle võetud raamatust "Marketing. Hind, müük, reklaam" [koostanud A.Vihalem]

Vihalem, Ann Äripäev 2002 / 5. veebr., lk. 11

Õppevahend turundajatele ja üliõpilastele

Vihalem, Ann Äripäev 2004 / 21. sept., lk. 16 <https://www.aripaev.ee/uudised/2004/09/20/oppevahend-turundajatele-ja-uliopilastele>

Äri, banaanid ja turunduse surm

Vihalem, Ann Äripäev 2004 / 20. apr., lk. 21

Üheksakümnendate aastate turundussuundumused

Vihalem, Ann Majanduspoliitika teooria ja praktika Eesti Vabariigis : artiklid ja ettekannete teesid, (Tartu-Värska-Tartu, 25.-26. august 1995) 1995 / lk. 202-204