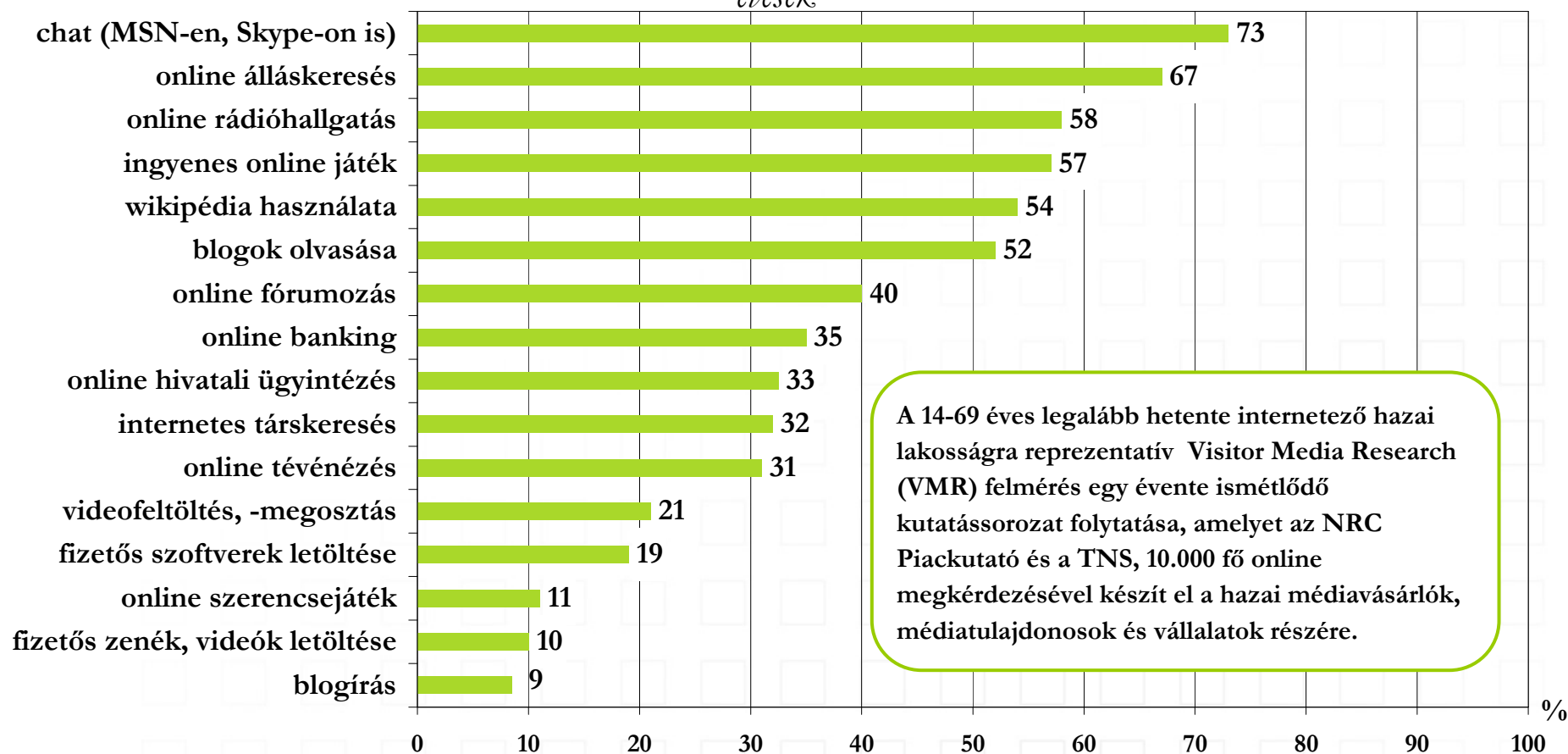


NRC-TNS Visitor Media Research (VMR) 2008/II. kutatás

További információ: www.nrc.hu/elemzesek

Egyes tevékenységeket interneten legalább alkalmanként végzők aránya

forrás: NRC-TNS VMR2009/I., n=10.000, bázis: legalább hetente internetező 14-69 évesek



A 14-69 éves legalább hetente internetező hazai lakosságra reprezentatív Visitor Media Research (VMR) felmérés egy évente ismétlődő kutatássorozat folytatása, amelyet az NRC Piackutató és a TNS, 10.000 fő online megkérdezésével készít el a hazai médiavásárlók, médiatulajdonosok és vállalatok részére.