

**CATALOGUE PAR MATIERE**  
**MARKETING**

<b>N°. Inventaire</b>	<b>Titre</b>	<b>Auteur</b>
3948	Les Accélérateurs de vente	AGUILAR, Michaël
4005	L'Accueil Client : 100 Questions pour comprendre et agir	HERMEL, Laurent
3624/3625	Les Achats Publics : Procédures réglementaires et techniques à l'usage de l'acheteur et du fournisseur de l'Etat	BEN ALI, Morched
6271	L'Affiliation : Pourquoi ? Comment ?	MARCH, Valérie
8293	Les agents intelligents pour un nouveau commerce électronique	PARASCHIV, Cornia
6286	Améliorer l'accueil des clients	HERMEL, Laurent
840	Analyse des décisions Marketing avec lotus 1, 2, 3	DESMET, Pierre Y.
8357	Analyse factorielles simples	BRY, Xavier
8356	Analyse factorielles multiples	BRY, Xavier
3981	L'Analyse d'un marché : De la définition au diagnostic	BOULOCHER, Véronique
8012	L'Analyse multivariée avec SPSS	Collectif
7091	Analyse de régression appliquée : Manuel et exercices corrigés	DODGE, Y.
8009	Analyse statistique des données	Collectif
8358	L'Analyse statistique des données : Apprendre, comprendre et réaliser avec Excel	Collectif
1539/2548	Animer et dynamiser ses équipes commerciales	RAMOND, Philippe
1542/3921	Antimanuel de Marketing	MARION, Gilles
1538	L'Argumentation publicitaire	ADAM, Jean-Michel.
2534/3999/ 6245	Au Coeur de la marque : Créer, gérer, développer et évaluer sa marque	GERALDINE, Michel
972	L'Audace et le marché : L'invention du Marketing aux Etats-Unis	TEDLOW, Richard S.
7060/8066	Audit de marque : Diagnostiquer, valoriser et piloter sa marque	TERNISIEN, Michel
1512	L'Avantage concurrentiel	PORTER, Michael
3912/3913/ 6268	Les Bases du Marketing	DELERM, Sophie
3946/3947	Bien gérer sa force de vente	STEWART, Grant
6261	De bons emballages pour de bons produits	ROCHER, Eric
8070/8071	Branding management : La marque, de l'idée à l'action	LEWI, Georges
7101	Le Business émotionnel : Marché, produit,	Collectif

	management	
6296	Buzz marketing : Les stratégies du bouche -à- oreille	BRIONES, Eric
3914/6260	Buzz... le Marketing du bouche à oreille	SALZMAN, Marian
8355	Cas d'analyse des données en marketing	LIQUET, Jean-Claude
958	10 Cas Européens de Marketing Management	DUBOIS, Bernard
8064	Ce que marque veut dire	SICARD, Marie - Claude
8065	Ce qui va changer les marques : Discount, mondialisation & marchés natures	KAPFERER, Jean - Noël
3922/3923/ 2657	Les Clés du Marketing	KOTLER, Philip
3958/6292	Les Clés de la Publicité aujourd'hui	MOORS, Bernard
3952	Je Coache mes vendeurs avec succès	BAUDIER, Michel
2551	Le Coaching des vendeurs	BERNOLE, André
1551	Commerce et paiement internationaux	CAVES, Richard E.
2002	Le Commerce électronique : Création de valeur pour l'entreprise	BITOUZET, Christine
795	Commerce électronique : Le temps des certitudes	CAVANILLAS MUGICA, Santiago
1493	Le Commerce international	RAINLLI, Michel
6254	Commerce international : Marketing & négociation	Collectif
6253	Commerce international : Techniques & Management des opérations	Collectif
3960/6276	La Communication Marketing : Concepts, techniques, stratégies	DECAUDIN, Jean-Marc
856	Le Comportement d'achat industriel	BZEVER, Sam
4008/8254/ 8255	Le Comportement du consommateur	BREE, Joël
4011	Le Comportement du consommateur	Collectif
8042	Comportement du consommateur	Collectif
8041	Comportement du consommateur	SOLOMON, Michael
759/2560	Comportement du consommateur : Concepts et outils	DARPY, Denis
4007	Le Comportement du consommateur : Présentation de textes choisis	DERBAIX, Christian
1504	Le Comportement du consommateur et de l'acheteur	LADWEIN, Richard
974	Le Comportement du consommateur face aux variables d'action Marketing	AMINE, Abdelmajid
4009	Comportement du consommateur et Marketing	PETROF, John V.
2561/4010	Comportement du consommateur et Marketing : Guide	PETROF, John V.
6242	Comportement de l'internaute : Comment recruter, fidéliser et rentabiliser l'audience de son site	HUSSHERR, François-Xavier
6255	Comportements de vente	MOULINIER, René
1532	La Conception à l'écoute du Marché	SHIBA, Shoji
8021	Conduire une démarche qualité	DETRIE, Philippe
1998	Connaître la mercatique : Cours, application et	CORDEY, Y.

	exercices résolus	
3967	Construire une stratégie de service : Les nouveaux leviers stratégiques pour créer ou transformer la formule service	CHAMBARETAUD, Didier
3971	Construisez votre qualité : Toutes les clés pour une démarche qualité gagnante	LONGIN, Pierre
8260	Consultants : comment trouver vos premières missions et développer votre business	POMPEI, Catherine
1522	Les Couloirs nouveaux produits	JOULIN, Nathalie
3956/6288	Créations commerciales et publicitaires : Mode d'emploi	VILLEMUS, Philippe
8035	Création de Logo et de chartes graphiques	PATERNOTTE, Jean
2549	La Création de valeur : Modèles- mesure- diagnostic	DENGLOS, Grégory
8028	Créer sa boutique en ligne	JOLIVALT, Bernard
7089	Créer son commerce	MADRY, Pascal
4003/4004	CRM : La relation client vue par le client	LASSERRE, Line
2544	Défendez votre prix dans la vente	HUYOT, Daniel
395/396	Définition des termes relatifs au Marketing	Collectif
7073	Développement de l'unité commerciale : Mercatique, informatique commerciale, gestion de projet (+1CD)	Collectif
7087	Développer un nouveau produit : Méthodes et outils	GOTTELAND, David
8029	La Distribution	DION, Delphine
1540/ 8251	La Distribution	VANDERCAMMEN, Marc
6300	Distribution : Structures et pratiques	VIGNY, Jacques
666	Donnant, donnant : Théorie du comportement coopératif	AXELROD, Robert
4021	Droit du Marketing	FERRY-MACCARIO, Nicole
8252	Droit de la publicité et de la promotion des ventes	Collectif
8032	E-Achat : Stratégie d'achat et e-commerce	PERROTIN, Roger
7069	eB2B	CUNNINGHAM, Michael
2536	Les Echanges en toute confiance sur Internet	ROUMILHAC, Jean-Paul
2533/4012	L'E-mail Marketing	CLAEYSSSEN, Yan
8360	E-marketing & e-commerce	LANNOO, Pascal
8067	De l'entreprise marchande à l'entreprise marquante	THOENIG, Jean - Claude
2553	Les Entretien de vente	MOULINIER, René
6297	L'Essentiel du droit du marketing	GIMALAC, Laurent
3931	L'Essentiel du Marketing : Marketing Fondamental	VERNETTE, Eric
2761/3974/ 3975/8018	Etudes de cas de Marketing	DEBOURG, Marie Camille
397	L'Etude de cas en Marketing	AMIEL, Vincent
607/3626/ 3627	Etudes de marchés	ETIENNE, Stéphane
8367	Etudes de marché	GIANNELLONI, Jean-Luc
8285	L'Etude du marché	NEGRO, Y.

3984	Etudes de marchés : Méthodes et outils	GAUTHY-SINECHAL, Martine
2530/3982/ 3983/6246/ 7106	Les Etudes de marché : Techniques d'enquête, sondage, interprétation des résultats	FOURNIS, Yves
6270/8299	Etudes marketing avec SPSS	MALHOTRA, Naresh
7097/7098/ 7099	FAQ Marketing : Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le marketing.	KOTLER, Philip
4001/6289	Fidélisez vos clients : Stratégies, outils, CRM et e-CRM	MORGAT, Pierre
2550	Fonction : Acheteur	FAULTRIER, Brigitte (de)
1535/3986/ 6284/8020	Fonction : Chef de produit Marketing	KRATIROFF, Hubert
3951/6273	Force de vente : Direction – organisation - gestion	ZEYL, Alfred
1523/2542	Force de vente : Réalités et perspectives	CROUTSHE, Jean-Jacques
1534	Franchise et partenariat	KAHN, Michel
4000/6252	Gagner de nouveaux clients : La prospection efficace	VENDEUVRE, Frédéric
3997	Le Géomarketing : Au service de la démarche marketing	DOUARD, Jean -Pierre
1178	Géomarketing : Principes, méthodes et application	LATOURE, Philippe
3988/8025	Gestion de clientèles : Manuel	HAMON, Carole
8026	Gestion de clientèles : Corrigés	HAMON, Carole
7077	Gestion commerciale : Etudes et administration commerciales	Collectif
1264	Gestion commerciale et management de la force de vente : Manuel	HAMON, C.
1265	Gestion commerciale et management de la force de vente : Corrigés	HAMON, C.
1502	Gestion de Contenus en ligne	TREBOUL, Jean-Baptiste
1515/3762/ 3989/8024	Gestion et management de la force de vente : Manuel	HAMON, C.
3990	Gestion et management de la force de vente : Corrigés	HAMON, C.
4020	Gestion du Marketing	COLBERT, François
806	La Gestion de production	BENASSY, Jean
859/2555	Gestion de production	COURTOIS, Alain
7078	Gestion de projet commercial	Collectif
898	Gestion de la relation client	LEFEBURE, René
7075	Gestion de la relation commerciale 1	Collectif
7076/8366	Gestion de la relation commerciale : Mercatique, communication	Collectif
844	Glossaire de la Communication Marketing	DECAUDIN, Jean-Marc
3630/3631/ 3632	Glossaire Marketing	BEN HALIMA, Rym
8038	La Grande arnaque : Comment on manipule le consommateur	CLODONG, Olivier

1508	Guerre dans le marché	GOMBEAUD, Jean-Louis
849	Guide du Marketing direct non adressé	VANHEEMS, Régime
3939/6275	Le Guide du Merchandising : Méthodes en 36 actions interactives	DIOUX, Jacques
7068	Le Guide du Net-trading	PATEL, Alpesh
7066/8369	Guide pratique du marketing pour les créateurs d'entreprise	BADOC, Michel
1321	Le Guide qualité de résolution de problème	HOSOTANI, Katsuya
8063	Home sweet marque: La marque, emblème d'une nation ?	TURCKHEIM? Stéphane5
7059	11.5 Idées décalées pour innover : Le guide pratique de l'innovation pour tous les managers qui veulent faire bouger les choses	SUTTON, Robert
8033	De l'Idée au produit: Veille – R&D - Marché	JAKOBIAK, François
8037	L'Identité visuelle de l'entreprise : Au – delà du logo	BRUN, Monique
8061	L'Image de marque : Etude juridique de la notoriété commerciale	MACCIONI, Hervé
1646	Images et représentations sociales	MOLINER, Pascal
817	L'Imagination au service du Marketing	LEVITT, Theodore
2557/3924/ 6291	Initiation au Marketing : Les concepts - clés	VEDRINE, Sylvie Martin
8051	L'Innovation	PETERS, Tom
8054	L'Innovation collective : Des méthodes et des outils pour faire de votre entreprise un laboratoire d'idée	AUCKENTHALER, Brice
8055	L'Innovation à tous les étapes : Comment associer les salariés à une démarche d'innovation	RAMECOURT, Marjolaine (de)
8052	Innover en marketing: 15 Tendances en mouvement	Collectif
7093	Innover dans les services : De l'évident à l'impensable	DUMONT, Alain
3972	Interactive Services Marketing	FISK, Raymond P.
8015	International commerce : A new dimension to expertise	ANTONI, Elisabeth
980	International Marketing and Export Management	ALBAUM, Gérald
4019/8306	Internet et commerce électronique : Sites Web, contrats, responsabilités, contentieux	BOCHURBERG, Lionel
829/1176	Internet & Marketing	RECHENMANN, Jean-Jacques
8014	Internet Marketing : Strategy, implementation and practice	Collectif
7104/8295	Internet 2002 le Webmarketing en action : Tout pour booster son site	ROCHE, Chatelain
8034	Introduction à l'analyse de l'image	JOLY, Martine
611/3633/ 3634/3930	Introduction au Marketing	KILANI, M.K.
3760	Introduction au Marketing : Initiation à la cybermercatique	CHIROUZE, Alexandre

4018	Kit d'initiation au E-Commerce	ZILLIOX, Danielle
1943	Lexique de Marketing	PRADES, Nils
8060	Lifting de marque: Comment la marque doit-elle lutter contre les effets du vieillissement ?	BONTOUR, Anne
8036	Le Logo	DELORME, Christian
2000	Les 22 Lois du Marketing	TROUT, Jack
7058	Luxe, mensonges & marketing : Mais que font les marques de luxe ?	SICARD, Marie-Claude
3968	Luxe... Strategies Marketing	ALLERES, Danielle
8256	Maîtriser l'innovation technologique : Méthodes et outils pour concevoir des produits nouveaux	REYNE, Maurice
1510	Le Management des Achats	CASTAGNOS, Jean-Claude
8253	Management de la distribution	Collectif
1499	Management et gestion d'un point de vente	SIMON, François-Xavier
7074	Management et gestion des unités commerciales : Management, gestion, communication, informatique commerciale (+1CD)	Collectif
8364	Management de l'innovation de la stratégie aux projets	FERNEZ-WALCH, Sandrine
1477	Le Management de la valeur client	ALLARD, Christophe
3976	Le Marché du travail	CAHUC, Pierre
7096	Les Marchés du sport : Consommateurs et distributeurs	TRIBOU, Gary
1526/3918/ 6285	Market : Etudes et recherches en Marketing	EVRARD, Yves
8023	Le Marketeur : Fondements et nouveautés du marketing	Collectif
3919/3920 3962/6239	Le Marketeur : Les nouveaux fondements du Marketing	Collectif
1503	Marketing	DEMEURE, Claude
3927/8361	Marketing	HELPER, Jean-Pierre
3934	Marketing	PETTIGREW, Denis
3932	Marketing 2000	PRIDE, William M.
3933	Marketing : De l'analyse à l'action	COUELLE-BRILLET, Patricia
7085	Marketing : Une approche quantitative	STEYER, Alexandre
8013	Marketing : E-Business, E- Marketing, Cyber-Marketing	Collectif
1541/2562/ 7088	Marketing : L'essentiel pour comprendre, décider, agir	VANDERCAMMEN, Marc
2556	Marketing : Etudes de cas corrigés	POINTET, Marc
7094	Le Marketing : Etudes – moyens d'action stratégie	LINDON, Denis
6266	Marketing : Des fiches pratiques pour réviser - une synthèse complète du cours - une préparation efficaces aux examens - une consultation rapide sur	MAYRHOFER, Ulrike

	un point précis	
6269/6386	Marketing : Questions, applications et études de cas	LEMOINE, Gérard
8368	Marketing : Nouvelles stratégies et techniques opérationnelles pour PME-PMI	BERNARDI, S.
7072	Marketing et action commerciale	AUDIGIER, Guy
3998/6244/ 6244	Le marketing d'affaires : Stratégies et méthodes pour vendre des projets ou des solutions	COVA, Bernard
841/1180	Le Marketing avancée : Du one to one au E-business	BOYER, Luc
842	Marketing B to B	DAYAN, Armand
1944	Marketing business to business	MALAVAL, Philippe
822	Marketing & communication commerciale	CROUTSCHE, Jean-Jacques
3985/6241	Marketing direct : Concepts et méthodes	DESMET, Pierre
834/1174	Marketing direct à la portée de tous	GATTO, Marc-Lionel
2005	Marketing direct sur Internet	BREEDS, Claire
4027/6282	Le Marketing direct multicanal : Prospector, fidéliser et reconquérir le client	CLAEYSSSEN, Yan
6263	Marketing direct et relation client	JULIEN, Anne
8362	Marketing de distribution et d'exportation	Collectif
1506	Marketing pour l'entreprise	AUDIGIER, Guy
970	Le Marketing études et stratégies	CHIROUZE, Yves
1541	Marketing : L'essentiel pour comprendre, décider, agir	VANDERCAMMEN, Marc
823	Marketing, facteur de développement : L'émergence des pays du sud	MALAVAL, Philippe
1326	Marketing global : Approche systématique des choix commerciaux	MARTIN, Claude
846	Le Marketing industriel	HERMEL, Laurent
871	Marketing international	CROUE, Charles
1519/3991	Marketing international : Manuel	PASCO-BERHO, C.
1514/3992	Marketing international : Corrigés	PASCO-BERHO, C.
7086	Marketing sur Internet	STERNE, Jim
953/3936	Le Marketing à la japonaise : Philosophie et pratique	JOHONSSON, Johny
615/959/960 /961/8022	Marketing Management	DUBOIS, Kotler
3966	Marketing Management : Cases and concepts	Collectif
757/4017	Marketing & médias interactifs	NUSS, Edith
7103	Marketing modernisms : The architecture and influence of Charles Reilly	RICHMOND, Peter
4015/6293	Marketing Moving : L'approche sémiotique du concept de produit de l'image coordonnée. Analyser le mix, gérer ses effets de sens	CERIANI, Giulia
2537/4028/ 6249	Le Marketing du multimédia mobile	DUBREUIL, Stéphane
852/ 3915	Le Marketing de l'offre	OCHS, Patrick

1536	Le Marketing orienté résultats	LEBON, Yvelise
4014/6278	Le Marketing pharmaceutique	HARBOUN, Charles
4022/4023/ 6259	Le Marketing des produits agroalimentaires	AURIER, Philippe
1179	Le Marketing Relationnel	BOISDEVESY, Jean-Claude
3929	Le Marketing Relationnel	HETZEL, Patrick
966	Marketing Research	MALHOTRA, Naresh K.
8056	Marketing Research : Méthodes de recherche et d'études en marketing	JOLIBERT, Alain
3963/3964/ 3965/6243	Le Marketing des Ressources Humaines : Attirer, intégrer et fidéliser les salariés	LIGER, Philippe
6251/7100	Le Marketing sans marketing : Les chemins de la singularité	NEIRYNCK, Jacques
760/3954/ 3955/6283	Le Marketing sensoriel du point de vente : Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux	DAUCE, B.
3970/8286/ 8287	Marketing des services	LOVELOCK, Christopher
8258	Marketing des services	LAPERT, Denis
861/1181	Le Marketing des services du projet au plan Marketing	BERCHIGNAC-ROUBAUD, Béatrice
3 937/3938	Marketing et stratégie de la Banque	ZOLLINGER, Monique
610/3617/ 3618	Marketing stratégique	ETIENNE, Stéphane
3993	Marketing & Tourisme : Première rencontre	PELE-BONNARD, Catherine
3994/6248	Marketing du tourisme : 1 <sup>er</sup> et 2 <sup>ème</sup> années	TAURAN-JAMELIN, Viviane
6247	Marketing du tourisme et de l'hôtellerie : Etudes de cas commentées + exercices corrigés	BARMA, Jean-Louis
8363	La Marque : Comprendre les marques pour les créer et les développer	LEWI, Georges
8059	Les Marques capital de l'entreprise : Créer et développer des marques fortes	KAPFERER, Jean – Noël
2532/3943/ 3961	Les Marques de distributeurs	BRETON, Philippe
1183	Les Marques à l'épreuve de la pratique	NOËL, Jean
8068	Marques sous licence : Les acheter – les vendre – les gérer	WARIN, Gérard
864	Mathématiques et statistiques générales appliquées au Marketing	GENINET, Bernard
1942	MBA Marketing : Les concepts	SCHEWE, Charles
1941	MBA Marketing : Les outils	SCHEWE, Charles
6240	Les meilleurs articles de la Harvard Business Review sur l'innovation	Collectif
7095	Mémento pratique du branding : Comment gérer une marque au quotidien	LEWI, Georges

7082	Mercatique : Action commerciale	Collectif
7083	Mercatique et action commerciale : Tome1	BRASSART, U.
7084	Mercatique et action commerciale : Tome2	BRASSART, U.
7081	Mercatique et développement de l'unité commerciale	Collectif
7080	Mercatique et développement de l'unité commerciale : Guide pédagogique (+1CD)	Collectif
7079	Mercatique étude de cas commerciaux	KOEHL, Maryse
1036/1270/ 1271/8057/ 8250	Mercator	LINDON, Lendrevie Lévy
1034/1529	Le Merchandising	WELLHOFF, Alain
3942	Le Merchandising opérationnel	BLINTZOWSKY, Gérard
1177/6281	Mesurer et développer la satisfaction clients	RAY, Daniel
2552	Méthodes et astuces pour conquérir de nouveaux clients	PY, Pascal
8011	Méthodes d'enquêtes et sondages : Pratiques européenne et nord-américaine	LAVALLEE, Pierre
4042/4043	Méthodes d'équations structurelles : Recherche et application en gestion	ROUSSEL, Patrice
8298	Méthodes factorielles pour l'analyse des données : méthodes linéaires et extension non- linéaires	CRUCIANU, Michel
8016	Méthodes quantitatives en sciences humaines : Vol.1 : de l'échantillon vers la population	GRENON, Gilles
8017	Méthodes quantitatives en sciences humaines : Vol.2 : du modèle théorique vers l'inférence statistique	GRENON, Gilles
612	Microéconomie du consommateur et du producteur	AKARI, Abdallah
2559/3945	Mieux exploiter sa distribution	ROMAIN, C.
1440	La Mondialisation et l'emploi	CARDEBAT, Jean-Marie
869	Monétique et Marketing	ZOLLINGER, M.
8031	Le Non- consommateur : Comment le consommateur reprend le pouvoir	SANSALONI, Rémy
1525	Le Nouveau Publicitor	LENDREVIE, Jacques
4024/4025/ 6294/6385	Les 10 Nouveaux défis majeurs pour le marketing et la communication	HEBERT, Michel
1517/2531	Les Nouveaux Marketing	TREGUER, Jean-Paul
791/1521	La Nouvelle distribution	DUCROCQ, Cédéric
952	Les Nouvelles lois du positionnement	TROUT, Jack
6256	Nouvelles pratiques client – fournisseur : Faire vivre la démarche processus	KREBS, Geneviève
7105	Les Nouvelles techniques de marketing : Une révolution nécessaire dans une économie mondialisée en temps réel	BILLON, Dominique
872	Le One en pratique to one	PEPPERS, Don
1175	Le One to one	PEPPERS, Don
8249	Organisation et comportements : nouvelles approches	Collectif

	- nouveaux enjeux	
3987	Optimisation des flux de production : Méthodes et outils pour la performance de votre supply chain	AIT HASSAIN, Addi
1484	L'Organisation relation clients	WASERMAN, Sylvain
1444	L'Organisation mondiale du commerce	RAINELLI, Michel
8359	Outils statistiques et analyse de données	BAILLARGEON, Géraud
8050	Packaging : Toutes les étapes du concept au consommateur	URVOY, Jean - Jacques
8049	Le Packaging des produits de grande consommation : Comprendre les comportements d'achat et optimiser sa stratégie packaging	SINGLER, Eric
7090	Le Pari du commerce équitable : Mondialisation et développement durable	LECOMTE, Tristan
8030	Le Parrainage: Sponsoring et mécénat	WALLISER, Björn
1528	La Performance durable	PINTO, Paul
6299	Persuasion : La théorie de l'irrationalité restreinte	DERBAIX, Christian
8039/ 8257	100 petites expériences en psychologie du consommateur : Pour mieux comprendre comment on vous influence	
8043	Peur sur la Pub	RIOU, Nicolas
3628/3629/ 3950	Phases et techniques de l'Entretien de vente	SALHI, Mondher
8048	Photos de Pub: 400 effets bluffants	STOKLOSSA, Uwe
7071	Le Plan d'actions commerciales : Concevoir, communiquer, appliquer, évaluer, réorienter	CAMUS, Bruno
3935/4026/ 6262	Le Plan Marketing : Plan stratégique – plan opérationnel – plan de crise	VAN LAETHEM, Nathalie
2539	Les plans Marketing : Comment les établir ? comment les utiliser ?	McDONALD, Malcom
1442	La politique de la concurrence	COMBE, Emmanuel
8300	Pratique de l'analyse des données en marketing et gestion	CROUTSCHE, Jean-Jacques
3759/3928	Pratique du Marketing	DEBOURG, Marie Camille
2540/6237	Pratiques du Marketing International : Manuel	LYONNET, Bernard
3910/3911/ 6238	Pratiques du Marketing International : Corrigé	LYONNET, Bernard
2545/3940/ 3941/6274	Pratique du merchandising : Espace de vente – offre produits –communication sur le lieu de vente	MOUTON, Dominique
2541	Pratiques statistiques en gestion et études de marchés	CROUTSHE, Jean-Jacques
606/3619/ 3620/3621	Les principes fondamentaux du Marketing	ETIENNE, Stéphane
965	Principles of Marketing	ARMSTRONG, Kotler
838/8259	Le prix : De l'analyse conceptuelle aux méthodes de fixation	DESMET, Pierre
425/426/427	Le projet de recherche en Marketing	ASTOUS, Alain (d')
848	Promotion et choix du point de vente	VOLLE, Pierre

2554/6287	La promotion des ventes en pratiques	MATRICHOUX, Claire
1524	PUB Fiction	RIOU, Nicolas
1274	La Publicité sur Internet	HUSSHERR, F.X
6279	Publicité et petits budgets	MOORS, Bernard
758	Publicité & promotion des ventes : Concevoir valider diffuser	PETIT, Etienne
1525/2543/ 3959/8047	Publicitor	LENDREVIE, Jacques
2558	Réaliser l'étude de Marché de son projet d'entreprise	LEGER-JARNIOU, Catherine
412	La Recherche Marketing	
2535/3978/ 3979/3980	Recherche Marketing : Outils fondamentaux du Marketing	VANDERCAMMEN, Marc
3977	Recherche qualitative en marketing : Perspective psychoscopique	PELLEMANS, Paul
663	A la Reconquête du client : Stratégie de capture	JALLET, Frédéric
6258	Réinventer le marketing : Du marketing de l'offre au marketing de la demande : Faire face à la prise de pouvoir du consommateur	MIRCHER, Charles
8365	Relation Client	Collectif
1513	La Responsabilité du fait des produits aux Etats-Unis	GERRARD, Keith
8027	La Responsabilité sociétale des acheteurs	JORAS, Michel
8058	Du Ricard dans mon Coca : Nous et les marques	BECKER, Catherine
4002/6277	Satisfaction Client : De la conquête à la fidélisation	NETTER, Olivier
1511	Savoir acheter	GUERIN, Jean-Michel
825	Savoir vendre	GUERIN, Jean-Michel
4016	La Science du shopping : Comment le merchandising influence l'achat	UNDERHILL, Paco
3925/3926/ 6267	Les Secrets du Marketing Viral : Le pouvoir du bouche à oreille puissance 10	GODIN, Seth
1035	Le Senior Marketing	TREGUER, Jean-Paul
8062	La Sensibilité aux marques : Marchés sans marques, marchés à marque	KAPFERER, Jean - Noël
7056	Sept secrets pour un service client performant	HOROVITZ, Jacques
964	Service Marketing : People, Technology, Strategy	LOVELOCK, Christopher
4013/8246	Sponsoring Sportif	TRIBOU, Gary
7063	Statistique appliquée : Rappels théoriques, auto évaluation, études de cas : T.2	HAJI, Rejeb
7062	Statistique et calcul des probabilités : Cours avec 75 exercices corrigés : T.1	CHAFFAI, Mohamed El Arbi
7064	Statistiques décisionnelles : Exercices corrigés avec rappels de cours	ELMARHOUM, Adil
7065	Statistique descriptive : Exercices corrigés avec rappels de cours	ELMARHOUM, Adil
3995/3996	Statistique descriptive : Rappels de cours, questions	MONINO, J.L.

	de réflexion, exercices d'entraînement, annales corrigées	
8010	Statistique explicative appliquée	NAKACHE, J.P.
8008	Statistique exploratoire multidimensionnelle: Visualisation et inférence en fouilles de données	LEBART, Ludovic
7061	Statistique & probabilités : Manuel & exercices corrigés	HAJI, Rejeb
6265	Stratégie de fidélisation : Une description solide de tous les mécanismes visant à instaurer des relations durables et rentables avec les clients	LEHU, Jean-Marc
1032	De la stratégie Marketing à la création publicitaire	JOANNIS, Henri
3973	Strategic Marketing Management : Meeting the global Marketing Challenge	ANDERSON, Carol H.
1501/6264	Stratégie de création de valeur pour le client	MONTEBELLO, Michel
1033/8053/ 8248	Stratégie et Marketing de l'innovation technologique: Lancer avec succès des produits qui n'existent pas sur des marchés qui n'existent pas encore	MILLIER, Paul
8069	Stratégies de marque.com : Concevoir, protéger et gérer la marque sur l'Internet	LEHU, Jean - Marc
7102	La Stratégie prix : Le pricing : nouveau levier pour augmenter votre rentabilité	SIMON, Hermann
3957/6250	Stratégie publicitaire : De l'étude marketing aux choix des médias et des techniques hors médias	MARCENAC, Luc
1537	La stratégie de relation client	ALARD, Pierre
3969	Stratégies de Service : E. Business – Supply chain	SAMII, Alexandre Kamyab
6223	Techniques de commercialisation : Moyens d'action sur le marché	GHOZZI HAMDI, Kaouther
843	Technique Marketing	BON, Jérôme
3916	Techniques de Marketing	HINGSTON, Peter
7067	Techniques pour vendre à la grande distribution : Méthodes, leviers d'efficacité, erreurs à éviter	CORCOS, Marc
398/399/400 1507/3953/ 6295	Les techniques de la vente	MOULINIER, René
845	Le télémarketing	HERMEL, Laurent
955	En temps réel : S'ouvrir au client toujours plus exigeant	McKENNA, Regis
4006	Dans la tête du client : Ce que les neurosciences disent au marketing	ZALTMAN, Gerald
609/751/ 3622/3623	Théorie et pratique du Marketing	AMMAR, Samir
2547	Tous innovateurs	JAOUI, Hubert
7070	Tout, tout de suite : Vos clients veulent un accès total	McKENNA, Regis
7092	Toute la fonction marketing : Savoirs, savoir-faire, savoir-être	VAN LAETHEM, Nathalie

6272	Vendeurs mettez-vous en scène : Les techniques du théâtre appliquées à la vente	GRANADEL, Jean-françois
3944	Vendre à la grande distribution	DIOUX, Jacques
1530/2546	Vendre aux clients difficiles	CARON, Nicolas
975	La vente : De la persuasion à la négociation commerciale	DARMON, René Y.
1533/3949	La Vente complexe	DUGAS, Laurent
2538	Vente et négociation	MACQUIN, Anne
830	La Vente stratégique	HEIMAN, Stephen
3917/6290	Votre Marketing est-il nul	STEVENS, Mark
8046	Vous regardez trop la publicité	GREEF, Alain (de)
8178	Wait marketing	DERVAL, Diana