

MARK:MARKETING

Titre	Auteur	Editeur	Cote	Qt	Date d'Edition
Marketing Research: méthodes de recherche et d'études en marketing	Alain Jolibert	DUNOD	1-5	5	2006
Marketing Stratégique et opérationnel: du marketing a l'orientation marché	Jean-Jacques Lambin	DUNOD	1-3	3	2005
Marketing direct :concepts et méthodes	Pierre Desmet	DUNOD	1-4	4	2005
Operations Research	Cold,D,S,Cheema	LP	1-3	3	2005
Marketing : l'essentiel pour comprendre, décider, agir	Marc Vandercammen	de boeck	1-3	3	2002
Recherche marketing; outil fondamental du marketing	Marc Vandercammen	de boeck	1	1	1999
Management des systèmes d'information	Marie -Hélène Delmond	DUNOD	1	1	2003
L'alignement stratégique ;créer des synergies par tableau de bord prospectif	Robert S,	Eyrolles	1	1	2007
Pratique de l'analyse fonctionnelle	Robert Tassinari	DUNOD	1-5	5	2006
Commerce et paiements internationaux	Richard E,Gaves	de boeck	1-3	3	2003
Marketing management	Philip Kotler	Pearson Education	1-2	2	2006
Études marketing avec SPSS	Naresh Malhotra	Pearson Education	1	1	2004
Études marketing avec SPSS	Naresh Malhotra	Pearson Education	11	1	2007
Commerce international: théories et applications	Jaime de Melo	De boeck	1	1	1997
Marketing stratégique et opérationnel: du marketing a l'orientation marché	Jean-Jacques Lambin	DUNOD	1	1	2008

Les plans marketing: comment les établir !,comment les utiliser!	Malcolm Mcdonald	de boeck	1-2	2	2004
Marketing international ;synergie, éthique et liens	Georges Hénault	presses de l'université du Québec	1	1	2006
Stratégie et marketing de l'innovation technologique	Paul Millier	DUNOD	1	1	1997
Le marketing public:une introduction au marketing des administrations	Laurent Hermel	ECONOMICA	1	1	1990
Stratégie marketing :pour chefs de produits	Jean-Francois Trinqueoste	DAREIOS	1	1	2009
Marketing des nouveaux produits; de la création au lancement	Emmanuelle Le Nagard	DUNOD	1	1	2005
Le marketing: questions,exercices et cas	Pierre-Louis Dubois	Economica	1	1	1995
Le marketing; fondements et pratique	Pierre-Louis Dubois	Economica	1	1	2005
Comportements du consommateur :concepts et outils	Denis Darpy	DUNOD	1-2	2	2003
4 milliards de nouveaux consommateurs :vaincre la pauvreté grâce au profit	C,K,Prahalad	village mondial	1	1	2004
La promotion des ventes ; du 13 a la douzaine a la fidélisation	Pierre Desmet	DUNOD	1	1	2007
Etudes de marchés ;méthodes et outils	Marc Vandercammen	de boeck	1-3	3	2014
Plan marketing et stratégie d'entreprise	Gaétan Teje	L'Harmattan	1-2	2	2016
Les études de marché	Daniel Caumont	DUNOD	1	1	2007
Théorie et pratique des enquêtes par questionnaire	Marc Legrain	edipro	1	1	2007
Le Marketing industriel	Laurent Hermel	ECONOMICA	1	1	1996