



## Principes de marketing 11e ed

*Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois*

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

**Principes de marketing 11e ed** Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois

produit neuf

 [Telecharger Principes de marketing 11e ed ...pdf](#)

 [Lire en Ligne Principes de marketing 11e ed ...pdf](#)

# **Principes de marketing 11e ed**

*Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois*

**Principes de marketing 11e ed** Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois

produit neuf

**Téléchargez et lisez en ligne Principes de marketing 11e ed Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinoit**

---

528 pages

Présentation de l'éditeur

Ecrit par les experts mondiaux de la discipline, ce livre constitue une initiation complète, accessible et attractive aux grands domaines du marketing. Une pédagogie extrêmement soignée : Une structure simple et claire ; stratégie, marchés et consommateurs, produit, prix, distribution et communication ; Une approche résolument concrète, avec un très grand nombre d'exemples récents tirés d'entreprises mondialement connues ou particulièrement singulières ; Des définitions pour tous les termes importants, un résumé dans chaque chapitre, des questions de révision et de réflexion, des études de cas ; Une maquette en couleurs, aérée et dynamique, une sélection choisie de visuels de publicités, produits ou points de vente. Une adaptation remarquable au contexte français et européen : Une adaptation réalisée par Emmanuelle Le Nagard-Assayag et Thierry Lardinoit qui, tout en mettant en valeur les qualités du texte original, contextualisent l'essentiel des données et des exemples : Lacoste et son repositionnement marketing, Michel et Augustin et la stratégie de marque, Cadum et les stratégies à adopter en phase de maturité du produit ; Des activités particulièrement pertinentes pour des cours d'initiation : plus de deux cents questions de réflexion et de mise en application des concepts, réparties dans chaque chapitre. Une nouvelle édition très complète : Les problématiques et tendances les plus actuelles : l'importance croissante de la responsabilité sociale de l'entreprise et du développement durable, le rôle des médias sociaux, la montée en puissance du "consommacteur", les évolutions technologiques récentes et leurs conséquences sur tous les aspects du mix (en particulier les vecteurs de communication et de distribution) ; Les axes forts développés par Philip Kotler : l'importance de la relation client et de la stratégie de marque, la mesure des performances, l'éthique, etc. Biographie de l'auteur

Gary Armstrong est professeur émérite (Blackwell) de premier cycle à la Kenan-Flagler Business School de l'université de Caroline du Nord (Chapel Hill) où il a notamment occupé le poste de directeur du département marketing. Ses talents pédagogiques ont été salués par de multiples prix d'excellence. Il a mené des études marketing pour de grandes entreprises. Philip Kotler, professeur émérite (SC Johnson & Son) en marketing international à la Kellogg School of Management de la Northwestern University est l'auteur le plus influent de la discipline. Marketing Management, son best-seller, est la référence en marketing (14e édition, Pearson France, 2012). Auteur de nombreux livres, chercheur et consultant, il donne des conférences dans le monde entier. Emmanuelle Le Nagard-Assayag est professeur de marketing à l'ESSEC et responsable pédagogique du programme CPI (Création de produits innovants). Elle est présidente de l'Association française du marketing et membre du comité de rédaction de Recherche et Applications en Marketing ainsi que du comité de lecture de Décisions Marketing. Auteur de nombreux articles de recherche et de cas pédagogiques, elle a collaboré à plusieurs ouvrages, notamment sur l'innovation et le développement de nouveaux produits. Thierry Lardinoit est professeur de marketing et membre du comité pédagogique de l'ESSEC. Il enseigne également le comportement du consommateur en formation continue. Il dirige la chaire internationale de marketing sportif, dont il est le fondateur. Ses recherches ont été publiées dans différentes revues internationales et il a collaboré à plusieurs ouvrages, en français ou en anglais.

Download and Read Online Principes de marketing 11e ed Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinoit #8SQHETW49OM

Lire Principes de marketing 11e ed par Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois pour ebook en lignePrincipes de marketing 11e ed par Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Principes de marketing 11e ed par Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois à lire en ligne.Online Principes de marketing 11e ed par Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois ebook Téléchargement PDFPrincipes de marketing 11e ed par Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois DocPrincipes de marketing 11e ed par Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois MobipocketPrincipes de marketing 11e ed par Philip Kotler, Gary Armstrong, Emmanuelle Le Nagard, Thierry Lardinois EPub

**8SQHETW49OM8SQHETW49OM8SQHETW49OM**