



Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom)

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom)

Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon

Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon

 [Télécharger Mercator : Théories et nouvelles pratiques du mar ...pdf](#)

 [Lire en ligne Mercator : Théories et nouvelles pratiques du m ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom)
Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon

1230 pages

Présentation de l'éditeur

Présentation

Le Mercator : la bible du marketing en français.

Les concepts fondamentaux du marketing y sont rattachés à leurs applications concrètes, aux bonnes pratiques et aux innovations réelles.

Le Mercator accompagne les changements du marketing. Il consacre de nombreux développements à Internet et aux technologies numériques et propose une vision intégrée du marketing classique et du marketing numérique.

Le Mercator innove à chaque édition. Premier manuel de marketing à être entièrement en couleurs, à développer un site Web compagnon sur www.mercator.fr, à proposer des quiz par CD-ROM..., il innove encore avec la 9e édition.

Les plus de la 9e édition

Cette édition entièrement mise à jour contient les nouveaux développements inédits suivants :

les nouveaux modes de communication,

le marketing direct,

les politiques de prix et le low cost,

le commerce électronique,

la fidélisation,

le Web 2.0, etc.

et de nouveaux encadrés : mini-cas, synthèses et définitions.

A vous de jouer ! : une nouvelle méthode vivante d'exercices intégrés au texte.

La boîte à outils du Mercator : 25 outils essentiels du marketing accompagnés de leur mode d'emploi.

10 débats d'actualité sur les grands enjeux du marketing, plus particulièrement développés sur le site www.mercator.fr

Un dictionnaire français-anglais de plus de 500 termes indispensables de marketing.

Tables des matières

L'ÉTUDE DES MARCHÉS

L'analyse des marchés

Les études de marché

Le comportement des consommateurs

La veille et la prévision

LES MOYENS D'ACTION DU MARKETING

La politique de produit

La politique de prix

La distribution

La politique de communication

La publicité

La communication hors-médias

LA STRATÉGIE MARKETING

La stratégie d'entreprise et la stratégie marketing

La segmentation

Le positionnement

La politique de marque

L élaboration de la stratégie marketing

LES NOUVEAUX ESPACES STRATÉGIQUES DU MARKETING

Le marketing relationnel

Le marketing multinational

LES APPROCHES SECTORIELLES DU MARKETING

Le marketing des services

Le marketing Business to Business ou Marketing interentreprises

LA PLANIFICATION, LE CONTRÔLE ET L ORGANISATION

Le plan marketing et le contrôle des résultats

L organisation des services marketing et commerciaux Biographie de l'auteur

Jacques LENDREVIE est Professeur honoraire à HEC où il a dirigé la majeure Marketing et a été titulaire de la chaire Marcel Bleustein-Blanchet. Il a occupé plusieurs fonctions opérationnelles en entreprise. Il est consultant, coauteur du Publicitor et directeur de la série e-learning marketing chez Crossknowledge.

Julien LEVY

est Professeur affilié à HEC où il dirige la spécialisation en e-business (Management et Nouvelles Technologies). Il coordonne l enseignement du marketing en Executive MBA et à HEC Entrepreneurs, et donne le cours magistral de marketing à Sciences-Po Paris. Il est également consultant en entreprise et préside une société de service.

Denis LINDON a fondé et présidé la Sofres avant de devenir Professeur de marketing à HEC et consultant en stratégie marketing et en formation de cadres.

Et aussi :

Le site www.mercator.fr actualise sans cesse l ouvrage et constitue une mine d informations, d études de cas, d interviews. Il propose également une nouvelle rubrique, débats, qui présente dix thèmes d actualité en marketing.

Nouvelle édition enrichie du CD-Rom de quiz plébiscité par les lecteurs de l édition précédente : 2200 questions pour se tester ou réviser, avec commentaire de correction par question, chronométrage et visualisation de vos statistiques personnelles.

Download and Read Online Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon #POXVQ4TGS0B

Lire Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) par Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon pour ebook en ligneMercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) par Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon 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 Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) par Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon à lire en ligne.Online Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) par Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon ebook Téléchargement PDFMercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) par Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon DocMercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) par Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon MobipocketMercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing (1Cédérom) par Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Denis Lindon EPub
POXVQ4TGS0BPOXVQ4TGS0BPOXVQ4TGS0B