Chapitre 01 - Le marketing

Chapitre 02 - L’environnement marketing

Chapitre 03 - Le marché, la segmentation, le positionnement et la prévision des ventes

Chapitre 04 - Le comportement du consommateur

Chapitre 05 - La recherche marketing et la veille stratégique

Chapitre 06 - Les produits et les services

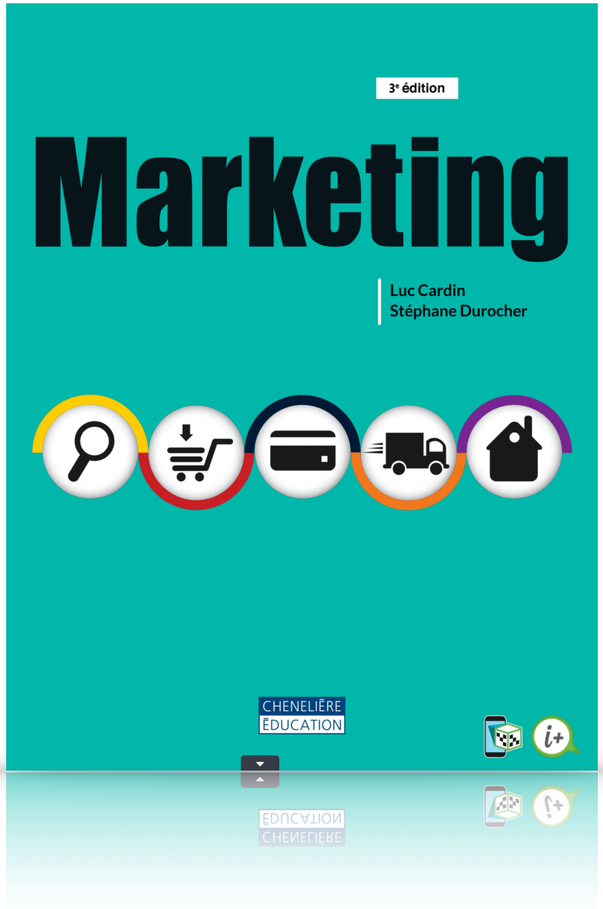
Chapitre 07 - Le prix

Chapitre 08 - La distribution

Chapitre 09 - La communication marketing

Chapitre 10 - La gestion de la relation client

Chapitre 11 - Le plan marketing



Manuel de gestion-réflexion / Christian Latour