

R.A.M.

VOLUME 25 – N°3 /2010

RECHERCHE

Articles

quelques réflexions sur l'ambiguïté des relations entre marketings et générations
joël brée

**la confusion des générations ? les enjeux identitaires
des échanges vestimentaires entre les mères et leur fille adolescente**
isabelle decoopman, élodie gentina et marie-hélène fosse-gomez

**les marques perçues comme "nostalgiques" : conséquences sur les
attitudes et les relations des consommateurs à la marque**
aurélie kessous et elyette derbaix

les tournées du souvenir : des générations en quête d'authenticité ?
maud derbaix et christian derbaix

l'infidélité est-elle une question de génération ?
paul-valentin ngobo et delphine devallet-ezanno

pour un cadre élargi du concept de génération en marketing
bénédicte bourcier-béquaert et virginie de barnier

FICHES DE THÈSES

BIBLIOGRAPHIE

ABSTRACTS