

VOLUME 15 – N° 4

RECHERCHE

Les délais d'annonce des nouveaux produits: une analyse empirique des déterminants

Delphine Manceau

Le rachat de la marque précédente par les consommateurs âgés : une synthèse des recherches en marketing, en psychologie sociale et cognitive, et en gérontologie

Raphaëlle Lambert-Pandraud

Perception subliminale : une expérimentation sur le processus d'activation sémantique des marques

Olivier Droulers

L'attachement à la marque: proposition d'une échelle de mesure

Jérôme Lacœuilhe

SÉLECTION INTERNATIONALE

Quand et comment Internet est-il susceptible de diminuer la concurrence sur les prix ?

Rajiv Lal, Miklos Sarvary

FICHE DE THÈSE

BIBLIOGRAPHIE

ABSTRACTS

INDEX