

Vous êtes ici : [Accueil](#) > [Actualités](#) > [Publications](#)

Le marketing, fondements et pratique*

Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert, Economica, 4e édition, 2006, 687 pp.

Ce livre permet d'obtenir une vision complète et approfondie du marketing grâce à l'étude du marché de l'entreprise, du marketing stratégique et du marketing-mix.

Il est illustré par de nombreux exemples français et européens, notamment empruntés au marketing industriel, et tient compte des travaux les plus récents dans les divers domaines du marketing (marketing stratégique, nouvelles formes de distribution, marketing direct, évolution des techniques d'étude et d'action marketing, internationalisation des pratiques).

Il répond à une triple demande :

- Offrir un cadre théorique qui permette une réflexion préalable à l'utilisation des pratiques marketing.
- Considérer le marketing dans sa globalité, dans une conception intégrée, et non pas éclatée selon ses applications.
- Privilégier une orientation stratégique et internationale.

Il s'adresse aux professionnels soucieux de réfléchir sur leurs pratiques et aux étudiants en formation initiale ou continue des universités et des écoles de commerce.

**Marketing, Management, A value-creation process*, Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert and Ans Mühlbacher, Editions Palgrave Macmillan, 2006, 466 pp.*

Pour en savoir plus : www.palgrave.com

Université Pierre-Mendès-France / BP 47 / 38040 Grenoble Cedex 9

Contact : admcom@upmf-grenoble.fr

- [Mentions légales](#)
- [Crédits](#)
- [Accessibilité](#)