

## Bibliographie sur le marketing

### Ouvrages disponibles à la Médiathèque de l'ESAV

- **ASSASI, Isabelle ; BOURGEON-RENAULT, Dominique.** Recherches en marketing des activités culturelles. Vuibert, 2010. 408 p. (53 ASS)
- **Autrement, n°53.** Autrement, 1983. 243 p. (61 PUB)
- **Autrement, n°84.** Autrement, 1986. 203 p. (61 PUB)
- **BOURGEON-RENAULT, Dominique.** Marketing de l'art et de la culture. Dunod, 2009. 262 p. (53 BOU)
- **BOSE, Derek.** Brand Bollywood : a new global entertainment order. New Delhi, 2006. 226 p. (12 BOS)
- **CATHELAT, Bernard.** Publicité et société. Payot, 1992. 256 p. (61 CAT)
- **Communications, n°17. Les mythes de la publicité.** Le Seuil, 1971. 189 p. (61 COM)
- **DELEPINE, Benoît ; SANDERSON, Matthias.** Création d'images. Autrement, 1986. 203 p. (61 CRE)
- **DEBBASCH, Charles ; GUEYDAN, Claude.** Publicité et audiovisuel. Presses Universitaires d'Aix-Marseille, Economica, 1993. 423 p. (61 DEB)
- **DORDOR, Xavier.** L'esprit média pour choisir et utiliser les médias en publicité. Inter édition, 1989. 323 p. (61 DOR)
- **DIVARD, Ronan.** Le marketing participatif. Dunod, 2010. 147 p. (53 DIV)
- **FLOCH, Jean-MARIE.** Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies. PUF, 1990. 232 p. (21.1 FLO)
- **FRESNAULT-DERUELLE, Pierre.** Les images prises au mot : rhétoriques de l'image fixe. Edilig, 1989. 205 p. (61 FRE)

- **GALICIAN, Mary-Lou.** Handbook of Product Placement in the Mass Media : New Strategies in Marketing Theory, Practice, Trends, and Ethics. Routledge, 2004. 288 p. (53 GAL)
  
- **GUYOT, Jacques.** L'écran publicitaire : idéologie et savoir-faire des professionnels de la publicité dans l'audiovisuel (1968-1992). L'harmattan, 1992. 351 p. (61 GUY)
  
- **GRAINGE, Paul.** Brand Hollywood : Selling entertainment in a global media age. Routledge, 2008. 212 p. (53 GRA)
  
- **GUNELIUS, Susan.** Harry Potter : the story of a global business phenomenon. MacMillan, 2008. 194 p. (53 GUN)
  
- **GUNELIUS, Susan.** Harry Potter : un succès mondial démystifié. Economica, 2009. 173 p. (53 GUN)
  
- **HLADY-RISPAL, Martine.** Marketings contextuels. Dunod, 2008. 219 p. (53 HLA)
  
- **HERBERT, Nicole.** L'entreprise et son image. Dunod, 1987. (61 HER)
  
- **KAPFERER, Jean-Noël.** Les marques : capital de l'entreprise. Eyrolles, 2007. 813 p. (53 KAP)
  
- **KERRIGAN, Finola.** Film marketing. Butterworth, 2010. 265 p. (53 KER)
  
- **KLEIN, Naomi.** No Logo : la tyrannie des marques. Actes Sud, 2002. 743 p. (61 KLE)
  
- **LAZARUS, Paul.** Produced by... : balancing art and business in the movie industry. Silman-James Press, 2005. 231 p. (50 LAZ)
  
- **LEMOYNE, Aimé.** Puissance de la pub : la force du temps dans la communication. Dunod, Bordas, 1989. (61 LEM)
  
- **LENDREVIE (J.) ; LEVY (J.) ; LINDON (D.).** Mercator : Théories et nouvelles pratiques du Marketing. Dunod, 1230 p. (53 LEN)

- **LEHU, Jean-Marc.** La publicité est dans le film : placement de produits et stratégie de marque au cinéma, dans les chansons, les jeux vidéos.... Eyrolles, 2010. 318 p. (53 LEH)
- **LEHU, Jean-Marc.** Stratégie de fidélisation. Eyrolles, 2003. 453 p. (53 LEH)
- **MATTELART, Armand.** La publicité. La découverte, 1994. (61 MAT)

## **Ouvrages disponibles dans les bibliothèques universitaires de Toulouse**

*Utiliser le catalogue Archipel pour vos recherches !*

- **ALBOU, Paul.** Psychologie de la vente et de la publicité. PUF, 1977. 254 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
- **BAUDRY P. ; BIANCHI J. ; BOESPLUG F. ; DEFOIS G. ; FEUILLET M.** La rue et l'image : espace public et circulation d'images : une question d'éthique sociale. Ed. du Cerf, 1990. 164 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
- **BIOLAY, Jean-Jacques.** Le droit de la publicité. PUF, 1986. 125 p. (Coll. Que sais-je ?) *Bibliothèque de l'Arsenal, Toulouse I*
- **BONNANGE Claude.** Don Juan ou Pavlov : essai sur la communication publicitaire. Ed. du Seuil, 1991. 185 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
- **CHANTERAC, Véronique DE; FABRE, Régis.** Droit de la publicité et de la promotion des ventes. Editions Dalloz, 1986. 358 p. *Bibliothèque de l'Arsenal, Toulouse I*
- **COURNU Geneviève.** Sémiologie de l'image dans la publicité. Ed. d'Organisation, 1990. 158 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
- **DAYAN Armand.** La publicité. PUF, 1993. 128 p. Coll. Que sais-je ? *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
- **DURANDIN, Guy.** Les mensonges en propagande et en publicité. PUF, 1982. 256 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*

- **EKELUND, Robert B. ; SAURMAN, David S.** Publicité et économie de marché. Edition Litec, 1992. 194 p. *Bibliothèque de l'Arsenal, Toulouse I*
  
- **EVERAERT- DESMEDT, Nicole.** La communication publicitaire : étude sémio - pragmatique. Ed. Cabay, 1984. 307 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
  
- **JEUDY, Henri-Pierre.** La publicité et son enjeu social. PUF, 1977. 206 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
  
- **KAPFERER, Jean-Noël.** Les chemins de la persuasion : de l'influence des médias sur les comportements. Dunod, 1990. 352 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
  
- **LAGNEAU, Gérard.** La sociologie de la publicité. PUF, 1993. 128 p. (Coll. Que sais-je ?) *Bibliothèque de l'Arsenal, Toulouse I*
  
- **LEDUC, Robert.** Qu'est ce que la publicité ? Dunod, 1979. 151 p. *Bibliothèque de l'Arsenal, Toulouse I*
  
- **MARTIN, Marc.** Trois siècles de publicité en France. O. Jacob, 1992. 430 p. *Bibliothèque de l'Arsenal, Toulouse I*
  
- **MATTELART, Armand.** L'internationale publicitaire. Ed. La découverte, 1989. 248 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
  
- **MINOT, Françoise.** Etude sémio-psychanalytique de quelques films publicitaires. Ed. Arguments, 1993. 291 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
  
- **MURDOCK, Graham ; JANUS, Noreene.** La communication de masse et l'industrie publicitaire. Unesco, 1985. 87 p. *Bibliothèque de l'Arsenal, Toulouse*
  
- **SAUVAGEOT, Anne.** Figures de la publicité, figures du monde. PUF, 1977. 256 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*
  
- **SOCIETE MEDIATOP.** Le téléspectateur face à la publicité : l'oeil, l'oreille, le cerveau : rencontres sur "oeil, cerveau et comportement du T.V. spectateur ». Nathan, 1989. 143 p. *Bibliothèque Universitaire Centrale, Toulouse II*

## Ouvrages disponibles dans d'autres bibliothèques universitaires Françaises

*Utiliser le catalogue du [Sudoc](#) pour vos recherches !*

*Utiliser le service du Prêt entre Bibliothèque (PEB) de la bibliothèque universitaire centrale de l'Université de Toulouse Le Mirail.*

- **BOUNIAS, Marc ; BOUNIAS, Michel.** Le tox 50 ou les palmarès de la publicité pour les toxiques. Ed. Carthane, 1993. 270 p. *PEB*
- **FORBIN, Grégoire.** Le cancer publicitaire. Ed. Car rien n'a d'importance, 1993. 101 p. *PEB*
- **HAAS, Claude - Raymond.** Pratique de la publicité. Dunod, 1988. 512 p. *PEB*
- **INSTITUT DE RECHERCHES ET D'ETUDES PUBLICITAIRES.** Mesurer l'efficacité de la publicité. Ed. d'Organisation, 1988. 154 p. *PEB*
- **KUBIK, Emmanuel ; TARRIT, Jean-Marc.** La médiatique, le traitement publicitaire des médias. Ed. Chotard, 1987. 310 p. *PEB*