

Etude, Méthode et Recherche pour le Marketing

Sélection Bibliographique

Thomas STENGER

<http://thomasstenger.kiubi-web.com>

Méthodologie Générale

- ➔ VILLETTE M. (2005), *L'art du stage en entreprise*, Guide « Repères », La Découverte.
- ➔ BLANCHET A., GHIGLIONE R., MASSONAT J., TROGNON A. (2000), *Les techniques d'enquête en sciences sociales*, Paris, Dunod, 2^e Ed.
- ➔ THIETART R.-A. (2006), *Méthodes de recherche en management*, Paris, Dunod. MEN M., *Etudes de marchés - Méthodes et outils*, Bruxelles, De Boeck Université, 3^e Ed.

Etudes de Marché

- ➔ GIANNELLONI J-L. et VERNETTE E. (2001), *Etudes de marché*, Paris, Vuibert.
- ➔ VERNETTE E. (2006), *Techniques d'études de marché*, Vuibert.
- ➔ GAUTHY-SINECHAL M. et VANDERCAMMEN M. (2005), *Etudes de marchés - Méthodes et outils*, Bruxelles, De Boeck Université.
- ➔ CAUMONT D. (2006), *Les Etudes de marché : Comment concevoir, réaliser et analyser une étude*, Dunod.
- ➔ CAUMONT D. (2007), *Les études de marché*, Topos, Dunod.

Méthodologies Qualitatives

- ⇒ PELLEMANS P. (1998), *Le marketing Qualitatif : Perspective psychoscopique*, De Boeck.
- ⇒ COURATIER C., MIQUEL C. (2007), *Les études qualitatives : théorie, applications, méthodologie, pratique*, L'Harmattan.
- ⇒ WACHEUX F. (1996), *Méthodes qualitatives et recherche en gestion*, Coll. Gestion, Economica.
- ⇒ MILES M. B., HUBERMAN A. M. (2003), *Analyse des données qualitatives*, Paris, Méthodes en Sciences Humaines, De Boeck, 2^e Ed.

Méthodologies Quantitatives

- ➔ MALHOTRA N. et al. (2004), *Etudes marketing avec SPSS*, Pearson.
- ➔ BIALES C. (1998), *Analyse statistique des données: Applications et cas pour le marketing*, Ellipses.

Recherche Marketing

- ➔ EVRARD Y., PRAS B., ROUX E. (2003), *Market : études et recherche en marketing, fondements, méthodes*, Paris, Dunod.
- ➔ JOLIBERT A., JOURDAN P. (2006), *Marketing Research*, Paris, Dunod.