



**Département des Services à la Recherche
Les Bibliothèques de l'Université**

Journée Toulousaine de Marketing

A l'occasion de la seconde édition de la Journée toulousaine de marketing organisée par l'IAE Toulouse École de Management le 13 octobre 2017, les bibliothèques présentent une sélection documentaire sur le thème de cette journée : " Réparer le marketing – Vers de nouvelles valeurs pour un marketing positif ".

Ouvrages académiques :

AIMETTI Jean-Paul et RAICOVITCH Jean-Michel. *Intelligence marketing : innovation, digitalisation, cross canal..., repères et recommandations pour relever les nouveaux défis*. Paris: Eyrolles, 2013.

HF5415.13/AIM – BU Manufacture

BABKINE Anthony et HAMDI Mounira. *Bad buzz : gérer une crise sur les médias sociaux*. Paris: Éd. Eyrolles, 2013.

HF5415.1265/BAB – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

BATAT Wided et FROCHOT Isabelle. *Marketing expérientiel : comment concevoir et stimuler l'expérience client*. Paris: Dunod, 2014.

HF5415.32/BAT – BU Manufacture

BOURGNE Patrick. *Marketing, remède ou poison ? : les effets du marketing dans une société en crise*. Cormelles-le-Royal: Éd. EMS, Management & société, 2013.

HF5414/BOU – BU Manufacture

BOUTHELIER Alexandra, CAPRON Michel, LAVORATA Laure, GURVIEZ Patricia, ROBERT-DEMONTROND Philippe et VERNIER Marie-France Vernier. *Marketing et développement durable : du distributeur au consommateur*. Paris: Economica, 2016.

HF5413/LAV/2016 – BU Manufacture

BROUSSEAU Anne-Sophie et LECLERCQ Stéphane. *Influencer avec éthique : de l'organisation à l'individu, comment faire adhérer*. Paris: CFPJ éditions, 2016.
HF5415/BRO/2016 – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

CAMPANINI Erik et HUTCHINS Kyle. *Repenser la relation client : s'adapter pour survivre : ce que nous enseigne Darwin*. Paris: Pearson France, 2014.
HF5415.5/CAM – BU Manufacture

CHAPTAL DE CHANTELOUP Christophe et VIDAL Jean-Christophe. *Le marketing de rupture : de nouvelles pratiques pour les marchés en mutation*. Louvain-la-Neuve: De Boeck, 2014.
HF5415/CHA – BU Manufacture

CONDUCHÉ Jean-Pierre et GARNIER Cyril. *Marketing : les outils pour innover et se développer*. Paris: Vuibert pratique, 2015.
HF5415/CON – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

CUVILLIER Dominique. *Pour un autre marketing : les leçons d'une alliance Apple-Hermès*. Paris: Maxima , Laurent du Mesnil éditeur, 2014.
HF5415.2/CUV – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

DESLANDRES Laurent. *Management de l'expérience client*. Montreuil: Pearson, 2015.
HF5415.5/DES – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

EAGLE Lynne et DAHL Stephan. *Marketing ethics & society*. Los Angeles, CA: SAGE, 2015.
HF5387/EAG – BU Manufacture

FAHD Rita. *Marketing durable*. Paris: Vuibert, 2013.
HF5413/FAH – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

FLIPO Jean-Paul. *La consommation citoyenne : origines, significations, enjeux*. Paris: L'Harmattan, 2013.
HF5415.32/FLI – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

FOURALI Chahid. *The promise of social marketing : a powerful tool for changing the world for good*. London ; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2016.
HF5414/FOU/2016 – BU Manufacture

GAD Thomas. *Customer experience branding : driving engagement through surprise and innovation*. London: Kogan Page Limited, 2016.
HD69.B7/GAD/2016 – BU Manufacture

HÉBERT Michel. *Le marketing de l'adaptation : le bricolage de la pensée*. Paris: l'Harmattan, 2014.
HF5415/HEB – BU Manufacture

HILL Ronald Paul et LANGAN Ryan. *Handbook of research on marketing and corporate social responsibility*. Cheltenham (UK) ; Northampton (Mass.): Edward Elgar, 2014.

HD60/HIL – BU Manufacture

JOLIBERT Alain, MÜHLBACHER Hans, FLORÈS Laurent et DUBOIS Pierre-Louis. *Marketing management : a value-creation process*. 2nd edition. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012.

HF5415.13/MAR – BU Manufacture

KOTLER Philip. *10 péchés mortels en marketing : symptômes et solutions*. Paris: Maxima , Laurent du Mesnil éditeur, 2016.

HF5415.13/KOT – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

LE NAGARD Emmanuelle, MANCEAU Delphine et MORIN-DELERM Sophie. *Marketing de l'innovation : de la création au lancement de nouveaux produits*. 3e édition. Paris: Dunod, 2015.

HF5415.153/LEN/2015 – BU Manufacture

LEE Nancy R. et KOTLER Philip. *Social marketing : changing behaviors for good*. 5th edition. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2016.

HF5414/LEE – BU Manufacture

MARION Gilles. *Le consommateur coproducteur de valeur : l'axiologie de la consommation*. Cormelles-le-Royal: Éditions EMS, Management & société, 2016.

HF5415.32/MAR – BU Manufacture

MARTIN Gail Z.. *The Essential Social Media Marketing Handbook. A New Roadmap for Maximizing Your Brand, Influence, and Credibility*. Career Press, 2017.

NOUVEAUTÉ – BU Manufacture

MARTIN Diane et SCHOUTEN John. *Sustainable marketing*. Harlow: Pearson Education Ltd, 2014.

HF5413/MAR – BU Manufacture

MCDONALD Malcolm H. B., MOUNCEY Peter et MAKLAN Stan. *Marketing value metrics : a new metrics model to measure marketing effectiveness*. 2nd edition. London: Kogan Page, 2014.

HF5415.13/MCD – BU Manufacture

MCKINLEY Mary M.. *Ethics in marketing and communications : towards a global perspective*. Basingstoke, Hampshire, UK ; New York: Palgrave Macmillan, 2012.

HF5387/MCK – BU Manufacture

MILLIER Paul. *Changez ces pratiques qui vous empêchent d'innover : l'antibible du marketing et du management*. 2e édition. Montreuil: Pearson, 2014.

HD30.22/MIL – BU Manufacture

MOHR Jakki. *Marketing of high-technology products and innovations*. 3rd edition. Harlow, Essex: Pearson, 2014.

HC79/MOH – BU Manufacture

MURPHY Patrick E., LACZNIAK Gene R. et HARRIS Fiona. *Ethics in marketing : International cases and perspectives*. 2nd edition. London: Routledge, 2017.

HF5415/MUR/2017 – BU Manufacture

NILL Alexander. *Handbook on ethics and marketing*. Cheltenham, UK ; Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2015.

HF5387/NIL – BU Manufacture

OUILLET Christian. *Aliments, santé et marketing : stratégie pour un marketing éthique*. 2e édition. Paris: Ed. France agricole, 2012.

HF6161.F616/OUI-2012 – BU Manufacture

PASTORE-REISS Elizabeth. *Les 7 clés du marketing durable*. Paris: Eyrolles , Ed. d'Organisation, 2012.

HF5413/PAS – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

POIVRE-LE LOHÉ Yonnel. *De la publicité à la communication responsable*. Paris: Éd. C. L. Mayer, 2014.

HF5823/POI – BU Manufacture

QUÉRAT-HEMENT Xavier. *Esprit de service : passer du marketing au management de l'expérience client*. Paris: Lexitis éditions, 2014.

HF5415.5/QUE – BU Manufacture

RAFFIN Sandrine. *La promesse augmentée : la nouvelle responsabilité sociétale des marques, nouveau levier d'adhésion*. Bluffy (Haute-Savoie): Kawa, 2017.

NOUVEAUTÉ – BU Manufacture

RAY Daniel. *Marketing relationnel : rentabiliser les politiques de satisfaction, fidélité, réclamation*. Malakoff: Dunod, 2016.

HF5438.4/RAY/2016 – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

ROEDERER Claire et FILSER Marc. *Le marketing expérientiel : vers un marketing de la cocréation*. Paris: Vuibert, 2015.

HF5415.32/ROE – BU Arsenal, Niveau 2, salle 8

ROEDERER Claire. *Marketing et consommation expérientiels*. Cormelles-le-Royal: éditions EMS Management & Société, 2012.

HF5415.32/ROE – BU Manufacture

SHIU Eric. *Research handbook of innovation and creativity for marketing management*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2017.

HF5415.13/SHI/2017 – BU Manufacture

SMILANSKY Shirra. *Experiential Marketing. A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*. 2nd edition. London: Kogan Page, 2017.

NOUVEAUTÉ – BU Manufacture

SMITH Kerry. *Experiential marketing : secrets, strategies, and success stories from the world's greatest brands*. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2016.

HF5415.127/SMI/2016 – BU Manufacture

TROILO Gabriele. *Marketing in creative industries : value, experience and creativity*. London: Palgrave Macmillan, 2015.

HF5415.13/TRO – BU Manufacture

WIND Yoram et HAYS Catharine. *Beyond advertising : creating value through all customer touchpoints*. 2nd edition. Hoboken (N.J.): Wiley, 2016.

HF5823/WIN/2016 – BU Manufacture

Numéros spéciaux de revues académiques

Numéro spécial. *Marketing et bien-être*. (2017). *Décisions Marketing*, 87.(à paraître).

Numéro spécial. *Marketing et Éthique*. (2017). *Recherche et Applications en Marketing* (Sage Publications Inc.), 32(3).

Numéro spécial. *Stratégies d'innovation et marketing*. (2016). *Recherche et Applications en Marketing* (Sage Publications Inc.), 31(3).

Numéro spécial. *Marketing et Développement Durable*. (2014). *Recherche et Applications en Marketing* (Sage Publications Inc.), 29(3).

Sélection de références d'articles des enseignants-chercheurs, chercheurs associés et émérites du département marketing de l'IAE Toulouse École de Management

AYADI Nawel, PARASCHIV Corina et VERNETTE Éric. (2017). *Increasing consumer well-being: risk as potential driver of happiness*. *Applied Economics*, 49(43), 4321-4335.

DIGOUT Jacques, AZOURI Marwan, **DÉCAUDIN Jean-Marc** et ROCHARD Stéphane. (2013). *Crowdsourcing, Outsourcing to Obtain a Creativity Group*. Arab Economic and Business Journal, 8(1-2), 6-15.

MUNZEL Andreas, **MEYER-WAARDEN Lars** et **GALAN Jean-Philippe**. (2017). *The social side of sustainability: Well-being as a driver and an outcome of social relationships and interactions on social networking sites*. Technological Forecasting and Social Change.

PLOTKINA Daria et **MUNZEL Andreas**. (2016). *Delight the experts, but never dissatisfy your customers! A multi-category study on the effects of online review source on intention to buy a new product*. Journal Of Retailing & Consumer Services, 291-11.

SALERNO Francis, BENAVENT Christophe, VOILE Pierre, MANCEAU Delphine, TRINQUECOSTE Jean-François, **VERNETTE Éric** et TISSIER-DESBORDES Élisabeth. (2013). *Eclairages sur le marketing de demain : prises de décisions, efficacité et légitimité*. Decisions Marketing, (72), 17-42.

SALGADO Stéphane et DE BARNIER Virginie. (2016). *Favoriser et récompenser la créativité du consommateur dans le processus de développement du nouveau produit : comment motiver ces consommateurs qui participent à des concours de créativité ?*. Recherche et Applications en Marketing (Sage Publications Inc.), 31(3), 97-121.

SALGADO Stéphane et BARNIER Virginie De. (2013). *Does Cognition Matter more than Emotion in Creativity in New Product Development with Communities ?*. Society For Marketing Advances Proceedings, 2582-85.

VELLERA Cyrielle et GAVARD-PERRET Marie-Laure. (2016). *Une meilleure compréhension du rôle et du mécanisme d'action des stimulations de l'imagerie mentale dans l'amélioration de la créativité d'utilisateurs « ordinaires »*. Recherche et Applications en Marketing (Sage Publications Inc.), 31(3), 122-143.

VERNETTE Éric et HAMDI-KIDAR Linda. (2013). *Co-creation with consumers: who has the competence and wants to cooperate ?*. International Journal Of Market Research, 55(4), 2-20.

VERNETTE Éric et TISSIER-DESBORDES Élisabeth. (2012). *La participation du client, la co-production, la co-création*. Decisions Marketing, (65), 5-8.