

T able des matières

Introduction générale Alain Jolibert	5
I. David Aaker Efficacité publicitaire, capital marque, comportement du consommateur et lien marketing-finance Catherine Viot	11
II. Frank M. Bass Le marketing scientifique Albert C. Bemmaor	39
III. Russell Belk Un chercheur « sacré » Ahmed Benmecheddal et Nil Özçaglar-Toulouse	55
IV. Andrew S.C. Ehrenberg Ou le chantre de la répliation Albert C. Bemmaor	77
V. Paul E. Green L'analyse des données en marketing Gérard Cliquet	95
VI. Morris Holbrook Et l'expérience de consommation Claire Roederer	119

VII. Shelby D. Hunt**Théoricien du marketing**

Jean-François Trinquecoste 139

VIII. Philip Kotler**Une pièce maîtresse dans l'évolution du concept marketing**

Marie-Laure Gavard-Perret 171

IX. Werner Kroeber-Riel**Fondateur de la recherche en comportement du consommateur en Allemagne et visionnaire des sciences de gestion**

Andrea Gröppel-Klein 199

X. Jean-Jacques Lambin**Investissements publicitaires, orientation marché et globalisation**

Benny Rigaux-Bricmont 225

XI. Sidney J. Levy**Un visionnaire du marketing**

Dennis W. Rook 247

XII. John D.C. Little

Gilles Laurent 269

XIII. Kent Monroe**Le parrain de la recherche du comportement envers le prix**

Marc Vanhuele 285

XIV. Robert A. Peterson**De l'innovation à la méthodologie**

Alain Jolibert 301

XV. Thomas S. (Tom) Robertson**Articuler théorie et pratique**

Hubert Gatignon, David Gotteland et Christophe Haon 321

XVI. Jagdish Sheth**De la psychologie à l'économie et de la théorie à la pratique**

Raphaëlle Butori 341

XVII. Louis W. Stern**Les canaux de distribution**

Véronique Des Garets 363

XVIII. La vente selon Barton A. Weitz
Dominique Rouziès391

XIX. Yoram (Jerry) Wind
Pionnier de l'approche intégrée en marketing
Marianela Fornerino.....407

XX. Gerald Zaltman
Ou l'art de décrypter le consommateur
Eva Delacroix.....433

Les auteurs.....451