

VOLUME 6 - N°3

FRANCE-ALLEMAGNE

NUMERO SPECIAL

Editorial :

introduction au numéro spécial France-Allemagne

Reinhard Angelmar

RECHERCHE :

Une comparaison franco-allemande de l'adhésion aux valeurs personnelles

Pierre Valette-Florence, Susanne C. Grunert, Klaus G. Grunert et Sharon Beatty

Pays d'origine et qualités écologiques comme caractéristiques des biens de consommation durables : une analyse comparative du comportement des consommateurs français et allemands

Franz Bôcker, Gerhard Hausrucking et Armin Herker

SYNTHESE :

Comparaison des cultures allemande et française et implications marketing

Dorothea Mendel

PEDAGOGIE :

L'artiste et l'artisan : une comparaison du marketing des entreprises françaises et allemandes dans les industries de l'habillement

Patrick Hetzel et Urban Killian Wissmeiter

NOTES ET COMMENTAIRES

France-Allemagne : la publicité. L'existence de deux logiques de communication

Michael Schroeder

Différences et similarités entre les prestations de service des instituts d'études en France et en Allemagne

Gerhard A. Wührer