

VOLUME 13 - N°4

EDITORIAL

Jean-Louis Chandon

RECHERCHE :

des mesures d'audience radiophonique au media-planning radio

Jean-Marie Biignier, Hélène Haering

lois bêtabinomiales et distributions des contacts

Jean-Luc Stehlé

**précision du taux d'audience d'une émission et du GRP d'une campagne
publicitaire télévisée**

Philippe Tassi et alii

la mesure d'audience sur internet : un état des lieux

Yseulis Costes

SELECTION INTERNATIONALE :

**analyse associative de texte : une méthode pour anticiper l'effet communicatif de la
publicité**

Manfred Wettler, Anke Weber, Michael Böhnisch, Reinhard Rapp et Udo Marten