

R.A.M.
VOLUME 20 – N° 1/2005

RECHERCHE

Articles

**Mesurer l'asymétrie des impacts des attributs sur la satisfaction :
comparaison de la validité convergente de cinq méthodes**

Daniel Ray et David Gotteland

**Conséquences non-transactionnelles du comportement de butinage :
modèle théorique et test empirique**

Cindy Lombart et Blandine Labbé-Pinlon

Fenêtre sur

**Réalités (ou apparences ?) de l'hyperréalité : une application au cas
du tourisme de loisirs**

Laurence Graillet

PÉDAGOGIE

L'extension de marque verticale : clarification du concept

Géraldine Michel et Billy Salha

SÉLECTION INTERNATIONALE

**Les liens attachants : mesurer la force de l'attachement émotionnel
des consommateurs à la marque**

Matthew Thomson, Deborah J. Macinnis et C. Whan Park

FICHES DE THÈSES

BIBLIOGRAPHIE

ABSTRACTS