

R.A.M.

VOLUME 24 – N°2 /2009

RECHERCHE

Articles

Le capital transgénérationnel : la transmission des pratiques de consommation de la mère vers sa fille

Richard Ladwein, Antoine Carton et Élodie Sevin

La prise en compte de l'environnement naturel dans les services. Une échelle d'attitude

Élisabeth Robinot et Jean-Luc Giannelloni

L'influence du packaging sur les associations fonctionnelles et symboliques de l'image de marque

Gaëlle Pantin-Sohier

Stratégie d'extension de gamme verticale : analyse de l'effet de halo de la marque selon les niveaux de gamme

Éric Tafani, Géraldine Michel et Emmanuelle Rosa

Synthèse

Définition, mesure et déterminants du consentement à payer du consommateur : synthèse critique et voies de recherche

Marine le Gall-Ely

FICHES DE THÈSES

BIBLIOGRAPHIE

ABSTRACTS