

RECHERCHE

**Articles**

**l'influence de l'âge perçu du modèle inclus dans une annonce sur l'efficacité publicitaire**

*corinne chevalier et marie-christine litchtlé*

**faire rire ou faire peur ? le rôle modérateur de l'attractivité de la source et de ses habitudes de communication lors d'une campagne électorale**

*sonia capelli, william sabadie et olivier trendel*

**septicisme du consommateur et efficacité promotionnelle**

*pauline de pechpeyrou et philippe odou*

**mesures des réactions affectives induites par les campagnes pour des causes sociales : complémentarité et convergence de mesures iconiques et verbales**

*christian derbaix, ingrid poncin, olivier droulers et bernard roulet*

**Pédagogie**

**le rôle du *bundling* dans la stratégie marketing des entreprises : une synthèse**

*paul chiambaretto et hervé dumez*

FICHES DE THÈSES

BIBLIOGRAPHIE

ABSTRACTS

