La nouvelle édition du manuel de référence sur le marketing !

Cet ouvrage de référence, qui en est à sa 17e édition, présente tous les **concepts et outils du marketing** de manière vivante et pédagogique, tout en intégrant les avancées les plus récentes. Il est soutenu par de très nombreux exemples, des cas d'entreprises, des approfondissements conceptuels et méthodologiques. Les photos présentent des campagnes publicitaires, des points de vente et des produits témoignant d'un marketing dynamique et innovant.

Cette édition expose comment construire et mettre en œuvre une politique marketing en phase avec les **réalités actuelles des marchés et des entreprises**. Elle prend en compte les enjeux de consommation responsable, les conséquences environnementales et sociétales du marketing, les progrès de la technologie, l'intelligence artificielle, les données de masse, le rôle central des réseaux sociaux.

Cette nouvelle édition se caractérise également par :

- **une structure remaniée** avec de nouveaux cas sur des entreprises et marques innovantes comme Action, ChatGPT, Yuka, Back Market, HiPRO, Skims, Basic-Fit, Mistral AI, ou sur des références emblématiques comme Louis Vuitton, Canal+, Nespresso, SNCF, Relais & Châteaux, Lego, Spotify... ;
- **de nombreux encadrés détaillant l'impact de l'IA** sur les pratiques du marketing ;
- **de nouveaux encadrés pour approfondir certains sujets :** les nouvelles tendances de l'emballage, la publicité programmatique, l'intrusion publicitaire, ou encore la gestion des émotions en marketing B-to-B ;
- **des développements fondés sur les dernières avancées de la recherche :** le ciblage comportemental en ligne, le démarketing, l'innovation durable, le rôle du marketing dans les transitions environnementales et sociétales...

Public : étudiants en sciences de gestion et en écoles de management ; praticiens du marketing et dirigeants d'entreprise

Cours : marketing, marketing management, marketing stratégique, marketing opérationnel

Niveau : L, M, D



PHILIP KOTLER est professeur émérite de marketing. Ses travaux et son expertise font autorité dans le monde entier. *Marketing Management* est son oeuvre phare : traduite en plus de 20 langues, elle a marqué la formation de centaines de milliers d'étudiants et de praticiens du marketing.



KEVIN KELLER est professeur de marketing à la Tuck Business School de Dartmouth College (Hanover, É.-U.). Spécialiste mondialement reconnu de la marque, il est notamment l'auteur de *Management stratégique de la marque*. Il est consultant auprès des plus grandes entreprises internationales.



ALEXANDER CHERNEV est professeur à la Kellogg School of Management de la Northwestern University. Il enseigne le marketing, la gestion de la marque et la théorie des décisions comportementales. Il est auteur de nombreux ouvrages et articles académiques.



AURÉLIE HEMONNET est professeure agrégée des universités, directrice de l'Executive MBA à l'IAE d'Aix-Marseille Université et vice-présidente de l'Association française du marketing (afm). Spécialiste en marketing de l'innovation, elle a travaillé chez Johnson & Johnson et LVMH, et publié dans plusieurs revues académiques, dont celle de référence *Journal of Product Innovation Management*.



VIRGINIE PEZ est professeure agrégée des universités, vice-présidente de l'Université Paris-Panthéon-Assas et directrice du Master MC2, formation de référence en marketing. Spécialiste en comportement des consommateurs, fidélisation et expérience client, elle a écrit plusieurs ouvrages et publications dans ces domaines. Elle est également chargée de cours à l'École Polytechnique.



DELPHINE MANCEAU est professeur de marketing et directrice générale de Neoma Business School (Reims, Rouen, Paris). Présidente de la Conférence des Grandes Ecoles et membre du Board de l'organisme d'accréditation international AACSB, elle a publié de nombreux articles et ouvrages sur le marketing et l'innovation. Elle réalise l'édition francophone de Marketing Management depuis 20 ans.

ISBN : 978-2-3260-0328-6

0328 0925 59 €



Pearson

www.pearson.fr