

# MANAGEMENT

Code	Désignation	Auteurs
<b>MAN A 1</b>	Au cœur de votre réussite.. La marketing - un outil pour faire grandir votre entereprise	thierry Colmant
<b>MAN A 2</b>	Auto-édition - Vous pouvez éditer votre propre lire - mise en page - Impression - Promotion - Distribution	Ted Oudan
<b>MAN A 3</b>	Agir sur l'e-réputation de l'entreprise - Développer et défendre son identité numérique	Benjamin Rosoor
<b>MAN A 4</b>	Audit interne	Elisabeth Bertin
<b>MAN A5</b>	Agir en leader avec la PNL, 50 exercices d'application	Pierre LONGIN
<b>MAN A 6</b>	Audit de marquen dignostiquer, valoriser et piloter sa marque	Michel TOURNISIEN, Nathalie THERNISIEN
<b>MAN B1</b>	Bien communiquer avec vos interlocuteurs chinois	Marc Meynard
<b>MAN B2</b>	Blogs, médias sociaux et politique	David Reguer
<b>MAN B3</b>	Boostez vos ventes grâce aux réseaux - activer vos réseaux de relations personnelles et professionnelles	Pascal Brassier
<b>MAN B4</b>	Brand content - Comment les marques se transforme en médias	Daniel Bô
<b>MAN C1</b>	Communiquer en rich media - Structurer les contenus en optimisant textes, sons, images et liens	alain Jopannès

<b>MAN C2</b>	Créer son commerce ou son e-commerce	Dominique pialot
<b>MAN C3</b>	Comportements du consommateur	Denis Darpy , Pierre Volle
<b>MAN C4</b>	Communiqués avec la presse écrite et audiovisuelle : Technique de communication	Philippe Bachmann
<b>MAN C5</b>	Créer un point de vente - Petits, moyens, grands commerces..	P-J Richard
<b>MAN C6</b>	Centre d'appels - Centre de relation client	Laurent Hermel
<b>MAN C7</b>	Ces marques qui nous gouvernent... - comment se servent-elles de notre psychologie pour nous faire céder?	Cécile Cloulas
<b>MAN C8</b>	Communication et gestion des ressources humaines	Collectif
<b>MAN C9</b>	Communication des associations	Thierry
<b>MAN C10</b>	Communicator: Toute la communication d'entreprise	M-H Westphalen
<b>MAN C11</b>	Chronique d'une image	Jean-Paul Goude
<b>MAN C12</b>	Coach, efficacité personnelle et performance collective	Olivier DEVILLARD
<b>MAN C13</b>	Concurrence, Droit et Obligations des Entreprises au Maroc	Drissi ALAMI MACHICHI
<b>MAN C14</b>	Communicator, le guide de la communication d'entreprise	Marie-Hélène WESTPHALEN
<b>MAN C15</b>	Coachez votre équipe, techniques de coaching individuel et de coaching d'équipe	Pierre LONGIN
<b>MAN C16</b>	Contrôle interne des risques	Herni-Pierre Maders et Jean-Luc Masselin
<b>MAN D1</b>	Développer et comprendre : E-commerce - les clés de la réussite	Collectif

<b>MAN D2</b>	Du Web 2.0 à l'entreprise - Usage, applications et outils	Gilles Balmissé
<b>MAN D3</b>	Dictionnaire des RH	Jean-pierre TAIEB
<b>MAN D4</b>	Donnez une bonne image de vous - Plaisir d'être soi, look et marketing de soi	Aube Roy
<b>MAN D5</b>	De la stratégie marketing à la création publicitaire, magazine, affichages-TV/Radio, Internet	Henri JOANNIS, Virginie DE BARNIER
<b>MAN D6</b>	Du désir au plaisir de changer, comprendre et provoquer le changement	Françoise KOURILSKY
<b>MAN D7</b>	Dictionnaire des coachings, concepts, pratiques, outils, perspectives	Pierre ANGEL, Patrick AMAR, Emilie DEVIENNE, Jacques TENCE et al,
<b>MAN E1</b>	Etudes de marchés - Méthodes et outils	Marc Vandercammen
<b>MAN E2</b>	ERAC - Etudes et recherches appliquées à la communication et au marketing	Yohan Gicquel
<b>MAN E3</b>	ET maintenant, une page de pub! - une histoire morale de la publicité à la télévision française (1968-2008)	Sylvain Parasié
<b>MAN E4</b>	E-marketing et e-commerce : les clés pour se vendre et vendre sur internet, outils de promotion, techniques de merchandising	Pascal Lannoo
<b>MAN E5</b>	130 exercices pour réussir son premier film	Elliot Grove
<b>MAN E6</b>	Economie du risque	Jean-Baptiste Ferrari
<b>MAN E7</b>	Economie, manuel et applications, corrigées inclus, DCG 5	François COULOMB, Jean LONGATE, Pascal VANHOVE
<b>MAN E8</b>	Etudes de marketing et d'option, fondements scientifiques et bonnes pratiques	SYNTEC EMO
<b>MAN E9</b>	E-Business - Réussir son activité Internet	Richard Volodarski
<b>MAN E10</b>	e-Marketing & e-Commerce - Concepts, outils, pratiques	Stéphane Bourliataux-Lajoinie, Thomas Stenger

<b>MAN E11</b>	Essai sur la problématique du tourisme dans les pays en développement	Mimoun HILALI
<b>MAN F1</b>	Franchise - Le guide complet 2010	Dominique Pialot
<b>MAN F2</b>	Fiches détachables - Mercatique - BTS MUC	Catherine Froissart
<b>MAN F3</b>	Fidéliser et gagner vos clients par l'écoute - des outils à votre portée! TPE-PME	Gilles Barouch
<b>MAN F4</b>	Facebook, Twitter et les autres.. - Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie d'entreprise	Christine Balagué
<b>MAN F5</b>	Fonction responsable formation, maîtriser, optimiser et faire évoluer sa fonction	Philippe BERNIER
<b>MAN F6</b>	FAQ : Ressources Humaines, tout ce que vous souhaitez savoir sur les RH, Réponses d'un spécialiste	Jean-Marie PERETTI
<b>MAN G1</b>	Gérer une marque enfants	J-J Urvoy
<b>MAN G2</b>	Gestion documentaire	Olivier Boutou
<b>MAN G3</b>	Google et le nouveau monde	Bruno Racine
<b>MAN G4</b>	Guide pratique de marketing et promotion du vin sur Internet - Créer son site, communiquer sur ses produits, vendre	Evelyne Resnick
<b>MAN G5</b>	Guide pratique de la communication avec la patient: Techniques, arts et erreurs de la communication	
<b>MAN G6</b>	Graphisme et édition	Geneviève Chaudoye
<b>MAN G7</b>	Guide pratique de recherche de fonds et de recrutement de membres et de bénévoles: Marketing non marchand T 3	François Meuleman
<b>MAN G8</b>	Gérer les conflits, de personnes- de management- d'organisation	Christine MARSAN
<b>MAN G9</b>	gestion des ressources humaines 3ème édition	Laurent Hermel

<b>MAN G10</b>	Gestion de patrimoine	Isabelle Depardieu
<b>MAN G11</b>	Gestion de crise et patrimoine en 10 leçons	Patrice Leleu
<b>MAN G12</b>	Gestion de la relation commerciale BTS MUC 1e et 2e années cours et pratiques	Nadia Bénito
<b>MAN G13</b>	Gestion de la relation commerciale BTS MUC 1e et 2e années	Caroline Bertolotti , Pascale Stoupy , Myriam Maserak
<b>MAN G14</b>	gestion et management	plusieurs professeurs
<b>MAN G15</b>	GESTION DE LA PRODUCTION	F.BLONDEL/DUNOD
<b>MAN G16</b>	Gestion des ressources humaines pilotage social et performances	Bernard MARTORY, Daniel CROZET
<b>MAN I 1</b>	Investir sans criser	Thami Kabbaj
<b>MAN I2</b>	Indicateurs et tableaux de bord	Roger Aim
<b>MAN I3</b>	Introduction à la gestion	Isabelle Calmé - Jordan Hamelin - Jean-Philippe Lafontaine - Sylvie Ducroux - Fabien Gerbaud
<b>MAN J1</b>	Journalisme de télévision - Enjeux, contraintes, pratique	J-J Jespers
<b>MAN L1</b>	Les 7 conditions pour satisfaire et fidéliser ses clients - Pour une stratégie de services efficace	Georges Chétochine
<b>MAN L2</b>	Le tableaux de bord de la fonction commerciale - gérer le combien, manager le comment, vendre le pourquoi	Frédéric Buchet
<b>MAN L3</b>	Les secrets de la communication: les techniques de la pnl	Richard Bandler
<b>MAN L4</b>	Le marketing client multicanal - 3ème édition - Prospection, fidélisation et reconquête du client	Yan Claeysen, Anthony Deydier, Yves Riquet
<b>MAN L5</b>	La vente et ses techniques pratiques	Bruno Joly

<b>MAN L6</b>	Le guide d'influence - communication - Média - Internet - Opinion	Vincent Ducrey
<b>MAN L7</b>	Le storytelling en action : transformer un politique, un cadre d'entreprise ou un baril de lessive en héros de saga	Olivier Clodong
<b>MAN L8</b>	La communication d'influence : décoder les manipulations et délivrer un message éthique dans une société en mutation	Christine Marsan
<b>MAN L9</b>	Les pratiques culturelles des français à l'être numérique - enquête 2008	Olivier Donnat
<b>MAN L10</b>	La revue des deux mondes par elle-même	Thomas Loué
<b>MAN L11</b>	Les meilleures pratiques du commercial - Guide opérationnel + Cd-rom	Marcolino
<b>MAN L12</b>	L'imprimé et ses pouvoirs dans les langues romanes	Ricardo Saez
<b>MAN L13</b>	Littérature numérique - Le récit interactif	Serge Bouchardon
<b>MAN L14</b>	Le marketing sensoriel du point de vente: Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux	Sophie Rieunier
<b>MAN L15</b>	Le monde de la mode : stratégies des grandes marques d'armani à Zara	Mark Tungate
<b>MAN L16</b>	L'e-marketing	Grégory Bressolles
<b>MAN L17</b>	Les expositions internationales, un univers de communication - Meilleurs pratiques de communication et de marketing pour les grands événements	Michel Dumas
<b>MAN L18</b>	Les médias et l'Europe - Le contenu de l'information : entre errance et uniformisation	Patrick Auveret
<b>MAN L19</b>	Les 100 mots de marketing	Michel Chevalier
<b>MAN L20</b>	Le club des directeurs artistiques- 2008: Le meilleur de la réaction publicitaire 2008	
<b>MAN L21</b>	L'efficacité commerciale en B to B - Marketing et vente pour les PME-PMI en Mode affaire	Christophe Bénaroya

<b>MAN L22</b>	La Tyrannie du marketing	Alain Astouric
<b>MAN L23</b>	Les relations publiques : Refonder la confiance entre l'entreprise , les marques et leurs publics	Stéphane Billiet
<b>MAN L24</b>	Le manifeste du marketing vert	john Grant
<b>MAN L25</b>	Le manager orienté clients	Pascale bélorgey
<b>MAN L26</b>	La marque	Benoit Heilbrunn
<b>MAN L27</b>	Les années Actuel - Contestations rigolardes et aventures modernes	Perrine Kervran
<b>MAN L28</b>	Les racines communicationnelles du Web	F Charest
<b>MAN L29</b>	Les techniques d'expression et de communication	Jean-luc Bernaud
<b>MAN L30</b>	Les 100 mots de luxe	Christian Blachaert
<b>MAN L31</b>	L'accueil client	Laurent Hermel
<b>MAN L32</b>	La communication d'entreprise : un parcours concret de l'externe à l'interne à travers la méthodologie et les techniques les plus récentes	Philippe Morel
<b>MAN L33</b>	Les techniques d'information et de communication en formation; une révolution stratégique	J-P Duzezet
<b>MAN L34</b>	Les outils multimédias du web - Equipement, services et savoir-faire pour communiquer sur internet	Xavier Delengaigne
<b>MAN L35</b>	Les clés de marketing - tout pour le marketing en 130 fiches	Sophie Carole
<b>MAN L36</b>	Les médias	Francis balle
<b>MAN L37</b>	Le grand livre du responsable commercial et son plan d'actions	Pascal Py

<b>MAN L38</b>	La société conquise par la communication T3 - les tic entre innovation technique et ancrage social	Bernard Miège
<b>MAN L39</b>	La négociation commerciale en pratique - prix DCF 2009	Patrick David
<b>MAN L40</b>	La fnac, entre commerce et culture	Vincent Chabault
<b>MAN L41</b>	La gestion globale des contenus d'entreprise - Le projet ECM, une nouvelle approche de la gestion de l'information	Gonzague
<b>MAN L42</b>	L'affiliation - Bâtir administrer et animer un programme	Antoine Denoix
<b>MAN L43</b>	La communication éducative et les TIC epistemologie et pratiques traité des sciences et technique d	Sidir
<b>MAN L44</b>	La bible pour bien négocier	Collectif
<b>MAN L45</b>	La distribution: Stratégie des réseaux et management des enseignes	Jacques Dioux
<b>MAN L46</b>	Le marketing pour les nuls	Alexander Hiam
<b>MAN L47</b>	Le monde de la pub - Histoire globale de la publicité	Mark Tungate
<b>MAN L48</b>	La communication institutionnelle: privé/public : Le manuel des stratégies	Eric Giuli
<b>MAN L49</b>	Le comportement du consommateur	Joël Brée
<b>MAN L50</b>	Le design management : stratégie, méthode et mise en œuvre	Kathryn Best
<b>MAN L51</b>	La distribution	Marc Vandercammen
<b>MAN L52</b>	Le marketeur - fondements et nouveautés du marketing	Christian Michon
<b>MAN L53</b>	Les tableaux de bord de la communication, indicateurs de pilotage et évaluation des résultats	Thierry LIBAERT, Isabelle OCKRENT



<b>MAN L54</b>	Les études de marché, techniques d'enquêtes, sondages, interprétation des résultats	Yves FOURNIS
<b>MAN L55</b>	Le plan de communication, définir et organiser votre stratégie de communication	Thierry LIBAERT, Isabelle OCKRENT
<b>MAN L56</b>	Le marketing des ressources humaines, attirer, intégrer et fidéliser les salariés	Philippe LIGER
<b>MAN L57</b>	Les outils des RH, les savoirs-faire essentiels en GRH	Sylvie GUERRERO
<b>MAN L58</b>	la communication interne de l'entreprise	Nicole D'ALMEIDE, Thierry BAENT
<b>MAN L59</b>	Les indicateurs clés de la RSE et du développement durable.	Monique Gouiran
<b>MAN L59</b>	Les indicateurs clés de la RSE et du développement durable.	Monique Gouiran
<b>MAN L60</b>	La Rse ; La Responsabilité Sociale Des Entreprises ; Theories Et Pratiques.	François Lepineux
<b>MAN L61</b>	L'action au pluriel: sociologie des régimes d'engagement.	Laurent Thévenot
<b>MAN L62</b>	Le manager intuitif, une nouvelle force	Meryem LE SAGET
<b>MAN L63</b>	La politique économique : Douze ans pour rien	Georges Dumas
<b>MAN L64</b>	L'audit interne	Jacques Renard
<b>MAN L65</b>	La Distribution	Delphine DION, Isabelle SUEUR
<b>MAN L66</b>	La publicité	Daniel CAUMONT
<b>MAN L67</b>	La communication externe de l'entreprise	Marie-Hélène WESTPHALEN
<b>MAN L68</b>	Le marketing industriel	Cécile BOZZO

<b>MAN L69</b>	Le marketing des services	Denis LAPERT, Christian PINSON
<b>MAN L70</b>	La communication interne, stratégies et techniques	Jean-Marc DECAUDIN, Jacques IGALENS
<b>MAN L71</b>	Les études de marché	Daniel CAUMONT
<b>MAN L72</b>	Le comportement du consommateur	Joel BREE
<b>MAN L73</b>	Les fondamentaux du management	Michel BARABEL, Olivier MEIER
<b>MAN L74</b>	L'économie politique n°42	Michel Aglietta
<b>MAN L75</b>	L'E-mail marketing - 3ème édition	Yan Claeysen
<b>MAN L76</b>	Le Marketing Bancaire et de l'assurance	Michel Badoc
<b>MAN L77</b>	L'abbaye des télémythes " technique, Communication et société"	Gérard CLAISSE
<b>MAN L78</b>	le guide du développement durable en entreprise	Patrick Widloecher Isabelle QUERNE
<b>MAN L79</b>	Les études de marché 4e édition	Daniel Caumont
<b>MAN L80</b>	Le neuromarketing en action : Parler et vendre au cerveau Détails sur le produit	Patrick M. Georges
<b>MAN L81</b>	La Négociation D'affaires	Michel DELAHAYE
<b>MAN L82</b>	LES TERRITOIRES DE LA COMMUNICATION	I.PAILLIART/PUG
<b>MAN L83</b>	Le neuromarketing en action - Parler et vendre au cerveau	Patrick Georges
<b>MAN M1</b>	Marques de luxe française	J-W Augouard

<b>MAN M2</b>	Marketing des organisations sportives: construire et gérer les réseaux et les relations	Alain Ferrand
<b>MAN M3</b>	Marketing anatomy - Les nouvelles tendances du marketing passées au scanner	Nicolas Riou
<b>MAN M4</b>	Magento - Réussir son site e-commerce - Couvre Magento 1,4	Mickaël Blachard
<b>MAN M5</b>	Marketing international et mondialisation - effets sur le consommateur	Charles Croué
<b>MAN M6</b>	Mieux s'informer pour mieux communiquer : Décrypter, sélectionner, transmettre	Caroline
<b>MAN M7</b>	Marketing en environnement islamique	Cedomir
<b>MAN M8</b>	Marques de sport : Approches stratégique et marketing	Patrick Bouchet
<b>MAN M9</b>	Médiasig 2010 - L'essentiel de la presse et de la communication	Collectif
<b>MAN M10</b>	Marketing pour ingénieurs	Alain Goudey
<b>MAN M11</b>	Marketing - Fiches et Qcm	Pierre Ghewy
<b>MAN M12</b>	Mainstream - Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde	Frédéric Martel
<b>MAN M13</b>	Magazines 2.0 : Pour optimiser votre efficacité publicitaire	Xavier Dordor
<b>MAN M14</b>	Marketing : comprendre et s'entraîner facilement en 29 fiches	Daniel durafour
<b>MAN M15</b>	Marketing et résistance des consommateurs	Dominique roux
<b>MAN M16</b>	Marchés public de techniques de l'information de la communication	Collectif
<b>MAN M17</b>	Méthode de description des communications dans l'atelier de production: messagerie MMs	Wack

<b>MAN M18</b>	Manager sa marque	François Dupart
<b>MAN M19</b>	MKTG - Le marketing en action	Gilbert Rock
<b>MAN M20</b>	Méthode de négociation - On ne naît pas bon négociateur, on le devient	Alain Pekar
<b>MAN M21</b>	Mythologie des marques: quand les marques font leur storytelling	georges LEWI
<b>MAN M22</b>	Maxi fiches de marketing - Retenir l'essentiel et réviser facilement	Eva Dlacroix
<b>MAN M23</b>	Mini manuel de marketing - cours + exos	Alain Kruger
<b>MAN M24</b>	Marketing	J-P Helfer
<b>MAN M25</b>	Marketing Business to Business	Philippe Malaval
<b>MAN M26</b>	Le marketing du coach : Vente - Commercialiser - Distribuer - Promouvoir	René David Hadjadj
<b>MAN M27</b>	Marketing viral	Marin Ledum
<b>MAN M28</b>	Mercator: théorie et pratique du marketing	Jacques Lendrevie
<b>MAN M29</b>	Manageor	Michel BARABEL, Olivier MEIER
<b>MAN M30</b>	Mercator, théorie et pratique du marketing	Jacques LENDREVIE, Julien LEVY, Denis LINDON
<b>MAN M31</b>	Marketing Management 14e édition	Philip Kotler, Kevin Keller, Delphine Manceau
<b>MAN M32</b>	Mesurer la performance du système d'information	David Autissier - Valérie Delaye
<b>MAN M33</b>	Marketing direct, concepts et méthodes	Pierre DESMET

<b>MAN M34</b>	management de la qualité des les entreprises marocaines exportatrices	Hammou azouzi
<b>MAN M35</b>	Management, Manuel et applications, corrigés inclus, DCG 7	Jean-Luc CHARRON, Sabine SEPARI
<b>MAN M36</b>	Management des système d'information, manuel et applications, corrigés inclus, DSCG 5	Michelle GILLET, Patrick Gillet
<b>MAN M37</b>	Management et contrôle de gestion, manuel et applications, DSCG 3	Hélène CHARRIER, Pascal FABRE, Sabine SEPARI, Guy SOLLE, Catherine THOMAS
<b>MAN M38</b>	marketing: Aide-mémoire de marketing	Claude DEMEURE
<b>MAN M39</b>	Management et Marketing du Luxe	Michel CHEVELIER- MAZZALOVO
<b>MAN M40</b>	Management d'equipe	Florence ALLARD-POESI
<b>MAN M41</b>	Management des risques	pascal Kerebel
<b>MAN M42</b>	McCONNELL Brue Economics	McCONNELL Brue
<b>MAN M43</b>	McCONNELL Brue Economics ( Guide to company )	McCONNELL Brue
<b>MAN M44</b>	Marketing RH 3e édition	Philippe Liger
<b>MAN M45</b>	Marketing comportemental - Exploiter la donnée marketing client	Alain Sanjaume , Arnaud Caplier
<b>MAN M46</b>	Marketing Management 13e édition	Philip Kotler, Kevin Keller, Delphine Manceau
<b>MAN M47</b>	Marketing de l'art et de la culture	Dominique Bourgeon-Renault, Stéphane Debenedetti, Anne Gombault, Christine Petre
<b>MAN M48</b>	Marketing des systèmes et services d'information et de documentation - Traité pour l'enseignement et la pratique du marketing de l'information	Nozhalbnlkhayat
<b>MAN M49</b>	Manuel de négociation complexe - Menaces, mensonges, insultes... méthodes et techniques pour faire face à toute situation	MarwanMéry

<b>MAN N1</b>	New Packaging : New Material - New structure	Collectif
<b>MAN N2</b>	Négocier et défendre ses marges - Vente, achat, négociations d'affaires	Philippe Korda
<b>MAN N3</b>	N'espérez pas vous débarrasser des livres	J-C Carrière
<b>MAN N4</b>	nouvelles technologies de l'information et de la communication	Collectif
<b>MAN N5</b>	Nouveaux médias - Mode d'emploi	Dominique Gany
<b>MAN N6</b>	Néo-Marketing - Reloaded	Olivier Badot, Bernard Cova
<b>MAN O1</b>	Optimisez votre conquête clients - méthodologie et leviers stratégiques	Pierre Morgat
<b>MAN O2</b>	Ouvrez un magasin !	J-M Bruguière
<b>MAN O3</b>	Out of the Box	Shao
<b>MAN O4</b>	OsCommerce 2 - Créez votre boutique en ligne	Christophe Aubry
<b>MAN O5</b>	Organiser sa démarche commerciale - Le couteau suisse de l'action commerciale	Jean-Marc Gandy
<b>MAN O6</b>	50 outils de pilotage pour les PME	Yves Pariot
<b>MAN O7</b>	Optimisez vos processus administratifs	Maurice Aumage
<b>MAN P1</b>	Petit traité de contre-marketing	Yves Alexandre Thalman
<b>MAN P2</b>	Prix et stratégie marketing	Caroline Urbain
<b>MAN P3</b>	Principes de marketing	Gary Armstrong

<b>MAN P4</b>	Priceminister - Toutes les entreprises ont été petites un jour	Pierre Kosciusko
<b>MAN P5</b>	Pentacom: Communication corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b	Ph Malaval
<b>MAN P6</b>	Pour les reunions efficaces et dynamiques: 164 exercices techniques et jeux d'animation créative	Bernard Demory
<b>MAN P7</b>	Prospection commerciale: Stratégie et tactiques pour acquérir de nouveaux clients	René Moulinier
<b>MAN P8</b>	Promotion Design !!!	Collectif
<b>MAN P9</b>	Precis d'Histoire des faits économiques 2ieme edition	EL FAIZ Mohamed
<b>MAN Q1</b>	Quand Google défie l'Europe - Plaidoyer pour un sursaut	J-N Jeanneney
<b>MAN R1</b>	Réussir son blog professionnel - Image, communication et influence à la portée de tous	Thomas Parisot
<b>MAN R2</b>	Réussir ses événements	Damien Masset
<b>MAN R3</b>	Réussissez votre business sur le web	Vincent Malhomme
<b>MAN R4</b>	Réaliser votre étude de marché	Elizabeth Vinay
<b>MAN R5</b>	Réussir sa démarche de VAE, monter le dossier, passer l'entretien	Cécile JOSSE
<b>MAN R6</b>	Réaliser l'étude de marché de son projet d'entreprise	Catherine LEGER-JARNIOU
<b>MAN S1</b>	Stratégies marketing pour chefs de produits - Conquête et fidélisation	

<b>MAN S2</b>	Systèmes d'information de gestion, manuel et applications, DCG8	Stéphane BOURLIATAUX-LAJOINIE, Cyril GALLITRE
<b>MAN S3</b>	Statistique et calcul des probabilités, hyper cours	Walder MASIERI
<b>MAN S4</b>	Statistique, méthodes pour décrire, expliquer et prévoir	Michel TENENHAUS
<b>MAN S5</b>	SE CONNAÎTRE POUR ENTREPRENDRE	A.JUVENON/DUNOD
<b>MAN S6</b>	skills limited ideas infinite	Iu jican
<b>MAN T1</b>	Toute la fonction marketing savoirs, savoirs-faire, savoir-être	Nathalie VAN LAETHEM
<b>MAN T2</b>	Technique de communication et société: à la recherche d'un modèle de gouvernance : les technologies de l'information et de la communication et les limites du paradigme de la raison communicationnelle	Goujon
<b>MAN T3</b>	Télécharger, écouter, voir - Les enjeux des nouvelles technologies dans les bibliothèques	Benoit Michel
<b>MAN T4</b>	Tactique de vente gagnantes	René Moulinier
<b>MAN T5</b>	Techniques de communication interpersonnelle	Michel Josien
<b>MAN T6</b>	Terminologie Economique	My Akhed AMRANI
<b>MAN T7</b>	TD- Macroéconomie	Sophie BRANA, Marie-claude BERGOUGNAN
<b>MAN T8</b>	TD- Statistique descriptive	Jean-Louis MONINO, Jean-Michel KOSIANSKI, François LE CORNU
<b>MAN T9</b>	TD- Econométrie	Jérôme HERICOURT, Julien REYNAUD
<b>MAN T10</b>	toute la fonction commerciale	Marie Agnès Blanc
<b>MAN T11</b>	Toute la fonction ressources humaines, savoirs, savoir-faire, savoir-être	Annick COHEN



<b>MAN V1</b>	Vendre de façon rentable - Le guide des dirigeants de PME et de leur équipe commerciale	Pierre Maurin
<b>MAN V2</b>	Vendez sur les marchés ! Ouvrir un commerce ambulant	Elizabeth Vinay
<b>MAN V3</b>	Valoriser la DSI au sein de l'entreprise - Faire du marketing de la DSI un levier de performance	Béatrice Collin
<b>MAN W1</b>	Web 2.0 : La communication interactive	Emmanuelle Ruelle
<b>MAN W2</b>	Web analytics - Mesurer le succès et maximiser les profits de votre site web	Nicolas Malo

Management, organisation et gestion d'entreprise	R. EL YACOUBI MOHAMADI
Contrôle interne des risques	Herni-Pierre Maders et Jean-Luc Masselin













































livre perdu