



## M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing

*Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen*

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

**M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing** Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen

 [Telecharger M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing ...pdf](#)

 [Lire en Ligne M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing ...pdf](#)

# **M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing**

*Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen*

**M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing** Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen

**Téléchargez et lisez en ligne M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen**

---

335 pages

Présentation de l'éditeur

Les nouvelles technologies de l'information et Internet en particulier font aujourd'hui partie intégrante de notre paysage. Les individus ont d'ores et déjà fort bien compris les avantages que leur procurait Internet. Il n'en est pas de même pour bon nombre d'entreprises, surtout de petite taille. Nombreuses sont celles qui n'ont pas encore franchi le pas. Le but de cet ouvrage est de montrer, théories et exemples à l'appui, qu'Internet n'est pas l'apanage d'un certain type d'entreprises caractérisées par leur taille. Peu importe que l'on soit une multinationale ou au contraire une PME / TPE, l'important n'est pas là. Il est aujourd'hui plus que temps de se demander " en quoi Internet peut-il s'intégrer dans ma politique commerciale : en tant que moyen de communication et / ou canal de distribution, sous quelle marque, en pratiquant quelle politique de prix... ? ". La réponse à cette question cruciale ne peut être apportée sans une réflexion globale sur l'importance que les dirigeants comptent accorder à Internet dans leur stratégie d'entreprise, que celle-ci soit orientée B to B ou B to C. Les auteurs souhaitent amener les responsables d'entreprises encore dubitatifs à se poser les bonnes questions et, forts des réponses qu'ils auront trouvées dans l'ouvrage, à se lancer, eux aussi, sur le Net. Cet ouvrage est le fruit d'un travail de collaboration de plus de dix ans. Les deux auteurs qui ont au cours de toutes ces années travaillé en commun sur de nombreux projets liés à l'e-business et l'e-marketing, apportent chacun dans cette publication le fruit de leurs recherches et de leurs expériences respectives. Biographie de l'auteur

Martine Janssens-Umflat est titulaire d'une Licence en Philosophie et Lettres et d'un Diplôme d'Agrégée de l'Enseignement Secondaire Supérieur (Université Libre de Bruxelles). ainsi que d'un Certificat d'Aptitude Pédagogique Approprié à l'Enseignement Supérieur (Université Catholique de Louvain). Depuis près de 20 ans, elle est Maître-assistante à l'ICHEC. Durant plusieurs années, elle s'est consacrée à l'étude du comportement du consommateur. Elle a publié chez De Boeck, en collaboration avec le Prof. P. Van Vracem, Comportement du consommateur. Facteurs d'influence externes. Dès la percée d'Internet en Europe, elle y voit un nouvel outil de gestion marketing et se met à orienter ses recherches dans ce sens. Aujourd'hui, elle est titulaire à l'ICHEC d'un cours d'e-marketing et co-titulaire d'un séminaire d'e-business et anime également, à la demande tant d'organismes publics que privés, des séminaires de formations pour adultes autour de cette thématique. Alain Ejzyn est Licencié en Sciences Commerciales et Financières (ICHEC Bruxelles), diplômé en Télématique et Organisation (Université Libre de Bruxelles) et détenteur du Certificat d'Aptitude Pédagogique approprié à l'Enseignement Supérieur (Université Catholique de Louvain). Enseignant et chercheur à l'ICHEC, il est directeur de l'Unité de Formation et de Recherche en e-Business. Il intervient également comme consultant et expert auprès de diverses entreprises et administrations.

Download and Read Online M@rketing : E-business, e-marketing, cyber-marketing Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen #GSHOT7U6BND

Lire M@rketiing : E-business, e-marketing, cyber-marketing par Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen pour ebook en ligneM@rketiing : E-business, e-marketing, cyber-marketing par Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres M@rketiing : E-business, e-marketing, cyber-marketing par Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen à lire en ligne.Online M@rketiing : E-business, e-marketing, cyber-marketing par Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen ebook Téléchargement PDFM@rketiing : E-business, e-marketing, cyber-marketing par Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen DocM@rketiing : E-business, e-marketing, cyber-marketing par Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen MobipocketM@rketiing : E-business, e-marketing, cyber-marketing par Martine Janssens-Umflat, Alain Ejzyn, Marc Vandercammen EPub

**GSHOT7U6BNDGSHOT7U6BNDGSHOT7U6BND**