

N°	Cote	Titre	Auteur	Edition	Lieu	Nom d'édition	Date d'édition	Nbre de page	collection	Note	ISBN
1	7Mark,001	Technique de marketing	Peter Hingston		Paris	Dorling Kinder	2002				27440-6006-2
2	7Mark,002	Comprendre le comportement du consommateur	Mohamed Kadhem Kilani		Tunis	L'Expert	2003		COO PI		
3	7Mark,003-1	Marketing accounting finance international trade contact law,	Chadli Belarbi	First edition	[SL]	IHET	2006				9973-868-15-3
4	7Mark,003-2	Marketing accounting finance international trade contact law,	Chadli Belarbi	First edition	[SL]	IHET	2006				9973-868-15-3
5	7Mark,003-3	Marketing accounting finance international trade contact law,	Chadli Belarbi	First edition	[SL]	IHET	2006				9973-868-15-3
6	7Mark,004-1	Marketing des services:Du regime de la production al'hegemonie du marketing des services,	Abdellatif Maalej	Deuxième Partie	Tunis	Time	2007				
7	7Mark,004-2	Marketing des services:Du regime de la production al'hegemonie du marketing des services,	Abdellatif Maalej	Deuxième Partie	Tunis	Time	2007				
8	7Mark,005	Marketing management	Kother&Dubois,Delphine Manceau	Dixième édition	Paris	Prentice - Hall	2000				2-85790-123-2
9	7Mark,006	Marketing management	Kother&Dubois,Delphine Manceau	Onzième édition	Paris	Pearson Education	2003				2-7440-7008-4
10	7Mark,007	Marketing management	Kother&Dubois,Delphine Manceau	Onzième édition	Paris	Pearson Education	2004				2-7440-7040-8
12	7Mark,008-1	Recherche sur la distribution moderne	Mohamed mejri		Tunis	L'univers du livre	2007				978-9973-786-89
13	7Mark,008-2	Recherche sur la distribution moderne	Mohamed mejri		Tunis	L'univers du livre	2007				978-9973-786-89
14	7Mark,009	Recherche sur la distribution d'exploitation	Mohamed mejri		Tunis	L'univers du livre	2007				978-9973-786-89
15	7Mark,010	Mercator	Lendrevie Lévy Lindon	septième édition	Paris	Dalloz	2003				2 247 05419 6
16	7Mark,011-1	Marketing stratégique et opérationnel	Jean jacque Lambin,Ruben Chumitaz	sixième édition	Paris	Dunod	2005				9,7821E+12
17	7Mark,011-2	Marketing stratégique et opérationnel	Jean jacque Lambin,Ruben Chumitaz	sixième édition	Paris	Dunod	2005				9,7821E+12

18	7Mark,012	Comportement du consommateur	Michael Solomon	sixième édition	Paris	Pearson Education	2005				2-7440-7135-8
19	7Mark,013-1	Méthodologies de la recherche en gestion:théories et applications en marketing	Abdefattah Triki ,PhD	Première édition	Tunis	Imprimerie STAG	2008				978-3373-701-10-7
20	7Mark,013-2	Méthodologies de la recherche en gestion:théories et applications en marketing	Abdefattah Triki ,PhD	Première édition	Tunis	Imprimerie STAG	2008				978-3373-701-10-7
21	7Mark,013-3	Méthodologies de la recherche en gestion:théories et applications en marketing	Abdefattah Triki ,PhD	Première édition	Tunis	Imprimerie STAG	2008				978-3373-701-10-7
22	7Mark,013-4	Méthodologies de la recherche en gestion:théories et applications en marketing	Abdefattah Triki ,PhD	Première édition	Tunis	Imprimerie STAG	2008				978-3373-701-10-7
23	7Mark,013-5	Méthodologies de la recherche en gestion:théories et applications en marketing	Abdefattah Triki ,PhD	Première édition	Tunis	Imprimerie STAG	2008				978-3373-701-10-7
24	7Mark,014	Market:Etudes et recherches en marketing	Yves Evrard,Bernard Pars	Troisième édition	Paris	Dunod	2005				2 10 007340 0
25	7Mark,015	La communication efficace	Bernard Sananès	Quatrième édition	Paris	Dunod	2005				2 10 049287 x
26	7Mark,016	Etudes de cas de marketing	Marie camilleDebourg,Joel clavelin		Alger	Berti Editions	2004				9961-69-063-x
27	7Mark,017	Communicator	Marie -Hélène Westphalen	Quatrième édition	Paris	Dunod	2004				2 10 048636 5
28	7Mark,018	Publicitor	Jaques Lendrevie-Arnaud de Baynast	sième édition	Paris	Dalloz	2004				2 247 05582 6
29	7Mark,019	Marketing international	C,Pasco-Berho	Qatrième édition	Paris	Dunod	2004				2-10-049500-3
30	7Mark,020-1	Tous Entrepreneurs:Guides à l'usage des acteurs de formation	Tahar El Mili		Tunis	La principale	2006				9973-789-23-7
31	7Mark,020-2	Tous Entrepreneurs:Guides à l'usage des acteurs de formation	Tahar El Mili		Tunis	La principale	2006				9973-789-23-7
32	7Mark,020-3	Tous Entrepreneurs:Guides à l'usage des acteurs de formation	Tahar El Mili		Tunis	La principale	2006				9973-789-23-7
33	7Mark,021-1	Tous Entrepreneurs:Compétences Entrepreneurs et formation	Tahar El Mili		Tunis	La principale	2006				9973-789-22-9
34	7Mark,021-2	Tous Entrepreneurs:Compétences Entrepreneurs et formation	Tahar El Mili		Tunis	La principale	2006				9973-789-22-9

35	7Mark,021-3	Tous Entrepreneurs:Compétences Entrepreneurs et formation	Tahar El Mili		Tunis	La principale	2006				9973-789-22-9
36	7Mark,022	Faites évaluer vos méthodes de vente	Daniel huyot,Philippe Lafaix		Paris	Dunod	2008	182p			978-2-10-052092-3
37	7Mark,023	Fonction : Chef de produit marketing	Hubert Kratiroff	Qatrième édition	Paris	Dunod	2004	336p			2 10 049585 2
38	7Mark,024	Le Marketing:Etudes .Moyens d'action stratégie	Denis Lindon ,Frédéric Jallat	Cinquième édition	Paris	Dunod	2005	445P			2 10 049374 4
39	7Mark,025	La promotion des ventes:Du 13 à la douzine à la fidélisation	Pierre Desmet	Deuxième Partie	Paris	Dunod	2007	381p			978-2-10-050924-9
40	7Mark,026	Le grand livre de la vente :Techniques et pratiques des professionnels de la vente	Nicolas Caron,Frédéric Vendeuvre		Paris	Dunod	2008	683p			978-2-10-052307-8
41	7Mark,027	Etudes marketing avec SPSS	Naresh Malhotra;Jean - Marc Décaudin	Cinquième édition	Paris	Pearson Education	2007	682p			978-2-7440-7230-7
42	7Mark,028	Marketing des services	Christopher Lovelock,Jochen Wirtz;Denis Lapert	Sixième édition	Paris	Pearson Education	2008	620p			978-2-74407265-9
43	7Mark,029	Stratégies d'externalisation	Jérôme Barthélemy	Troisième édition	Paris	Dunod	2007	204p			978-2-10-051118-1
44	7Mark,030	La négociation commerciale en pratique	Patrick David	Troisième édition	Paris	Eyrolles	2006	241p			2-7081-3652-6
45	7Mark,031	Négociations sensibles:Cessez d'etre otage et reprenez la main	George Kohlrieser		Paris	Pearson Education	2009				978-2-7440-6386-2
46	7Mark,032	La négociation de projet:des objectifs à la réalisation	Michel Vuillod,Donna Kesselman		Paris	Editions Technip	2004				2-7108-0819-6
47	7Mark,033	Retour sur investissement marketing :Mesurer et rentabiliser ses opérations marketing	Robert Shaw,David Merrick		Paris	Pearson Education	2005				2-7440-6173-5
48	7Mark,034	Gestion de la relation client	Ed Peelen ,Frédéric Jallt;Eric Stevens	Troisième édition	Paris	Pearson Education	2009				978-2-7440-7409-7
49	7Mark,035	Marketing Business to Business	Philippe Malaval ,Christophe Bénaroya	Quatrième édition	Paris	Pearson Education	2009				978-2-7440-7413-4
50	7Mark,036	Stratégies marketing pour chefs de produits:Conquete et fidélisation	Jean Francois trinquecoste,Valérie Barbat;Juliette Passebois		Paris	Pearson Education	2009				9,78292E+12
51	7Mark,037	Le Marketing bancaire et de l'assurance:Préparer la sortie de crise	Michel Badoc,Elodie Trouillaud	Deuxième édition	Paris	Revue Banque	2009				978-2-86325-530-8

52	7Mark,038	Marketing Management	Kother&Dubois,Delphine Manceau	trezième édition	Paris	Pearson Education	2009				978-2-7440-7405-9
53	7Mark,039	Entrepreneuriat	Michel Coster		Paris	Pearson Education	2009				978-2-7440-7396-0
54	7Mark,040	Marketing international en 23 fiches	Corinne Pasco-Berho		Paris	Dunod	2008				978-2-10-051678-0
55	7Mark,041	Marketing Stratégique	Stéphane Etienne		Tunis	CLE	2000				9973-828-48-8-X
56	7Mark,042	De la stratégie Marketing à la création publicitaire	Virginie de Barnier		Paris	Dunod					978-2-10-053075-5
57	7Mark,043	De la théorie à la pratique huit cas en marketing	Basma ben Alya Hamdi		Tunis						978-9973-45035-7