

Crise(s), publicité et marque :
L'émergence de nouveaux modèles

Frédéric AUBRUN

Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication

Sous la direction de Jean Claude SOULAGES

Présentée et soutenue publiquement le 10 décembre 2015

Thèse au format PDF

Composition du jury : Philippe MARION, Professeur d'université, Université Catholique de Louvain
Guy LOCHARD, Professeur émérite, Université Paris 3
Andréa SEMPRINI, Professeur des universités, Université Lumière Lyon 2
Jean-Claude SOULAGES, Professeur des universités, Université Lumière Lyon 2

Table des matières

Thèse en PDF ..	4
[Thèse] ..	5

Thèse en PDF

[Thèse]

[aubrun_f_these](#)