

Médiathèque, campus Le Havre
30, rue de Richelieu
76087 Le Havre Cedex
Tél. 02 32 92 59 64
Fax 02 35 42 11 16
doc@em-normandie.fr

15 avril 2009

Nouveautés- Mars 2009

131 BACH

Bachy Bruno, Sion Michel (2009) *Analyse financière des comptes consolidés - Normes IFRS*. Paris. Dunod. 270 p.

ISBN 978-2-10-052114-2

420 MULL

Mulliez Carole, Watkins Sylvie (2009) *Anglais appliqué aux affaires DCG 12*. Paris. Hachette. 205 p.

ISBN 978-2-01-146031-8

222 DELE

Delecourt Nicolas, Happe-Durieux Laurence (2009) *Comment organiser un évènement*. Hericy. Editions du Puits Fleuri. 329 p.

ISBN 978-2-86739-390-7

132 MONN

MONNOT Jean-Paul, Vidalenc Sylvie (2009) *Comptabilité approfondie DCG 10*. Paris. Hachette Supérieur. 286 p.

ISBN 978-2-01-146039-4

133 MESS

Messier Sylvie (2009) *Contrôle de gestion DCG 11*. Paris. Hachette Supérieur. 205 p.

ISBN 978-2-01-146030-1

133 ALAZ

Alazard Claude, Sépari Sabine (2009) *Contrôle de gestion, DCG 11- Cas pratiques*. Paris. Dunod. 312 p.

ISBN 978-210-052015-2

430 RIEG

Riegler-Poyet Margarete, Straub Bernard, Thiele Paul (2008) *Das testbuch wirtschaftsdeutsch, training zum Test WiDaF*. Allemagne. Langenscheidt. 143 p.

ISBN 978-3-468-49841-1

112 DUPR

Duprez Guillaume (2009) *Devenir consultant indépendant - Conseil, coaching, expertise... : comment s'installer en freelance*. Hericy. Editions du Puits Fleuri. 246 p.

ISBN 978-2-86739-392-1

131 COUL

Coulaud Alain (2009) *Diagnostic financier et évaluation financière de l'entreprise*. Paris. Demos. 253 p.

ISBN 978-2-915647-52-5

334.01 LEFE

Lefèvre Denis, Vidalenc Sylvie, Vachet Thierry (2009) *Droit fiscal, Epreuve 4 du DCG*. Paris. Hachette Supérieur. 266 p.

ISBN 978-2-01-146032-5

222 ADAM

Adam Alex, Aubert Marina, Collectif (2009) *Ecrire et manager sa communication Web*. Belgique. Edipro. 223 p.

ISBN 978-2-87496-034-5

131 GOUA

Gouali Mohamed (2009) *Fusions-Acquisitions - Les 3 règles du succès*. Paris. Eyrolles. 371 p.

ISBN 978-2-212-54180-9

1.5 LARI

Larivet Sophie (2009) *Intelligence économique : enquête dans 100 PME*. Paris. L'Harmattan. 245 p.

ISBN 978-2-296-07377-7

320 COLL

Collectif (2009) *Juifs & arabes. Les haines, les conflits, les espoirs*. Paris. Courrier international. 97 p.

ISBN 1 169-114X

320 COLL

Collectif (2009) *L'atlas. Un monde à l'envers*. Paris. Monde Diplomatique (Le). 194 p.

ISBN 1779-0689

1.5 VOLA

Volant Christiane (2009) *L'information dans les organisations : dynamique et complexité*. Tours. Presse Universitaires François Rabelais. 363 p.

ISBN 978-2-86906-239-9

1.3 MART

Mathe Hervé (2008) *L'innovation dans les services : perspectives et stratégies*. Paris. L'Harmattan. 276 p.

ISBN 978-2-296-06827-8

222 MORE

Morel Philippe (2009) *La communication d'entreprise*. Paris. Vuibert. 133 p.

ISBN 978-2-7117-6829-5

222 AUDO

Audouin Alice, Courtois Anne, Rambaud Paquin Agnès (2009) *La communication responsable. La communication face au développement durable*. Paris. Eyrolles. 239 p.

ISBN 978-2-212-54266-0

131 CLER

Clerc Jean-Philippe (2009) *La crise des subprimes*. Chambéry. Génie des glaciers (Le). 63 p.

ISBN 978-2-84347-714-0

330 ABAD

Abadie Loïc (2009) *La crise financière en 2008 / 2010 : mode d'emploi pour la décrypter et l'exploiter. édition 2009*. Paris. Edouard Valys. 273 p.

ISBN 978-2-915401-37-0

330 LARA

Laramée Jean-Paul (2008) *La finance islamique à la française - Un moteur pour l'économie, une alternative éthique*. Bruno Leprince. 317 p.

ISBN 978-2-916333-47-2

1.4 HOAR

Hoarau Christian, Laville Jean-Louis (2008) *La gouvernance des associations- Economie, sociologie, gestion*. Toulouse. Ed. Erès. 297 p.

ISBN 978-2-7492-0979-1

124 CAVE

Caverivière Patrick, Souni Hassan (2009) *La négociation achat/vente*. Demos. 239 p.

ISBN 978-2-915647-51-8

RECH ALLA

Allard-Poesi Florence, Perret Véronique (2003) *La recherche action. Méthodes quantitatives et qualitatives*. Onmaing. E- theque. 73 p.

ISBN 2-7496-0088-X

112 BROU

Cadieux Louise, Brouard François (2008) *La transmission des PME*. Canada. Presses de l'Université du Québec. 262 p.

ISBN 978-2-7605-1594-9

112 BREM

Labégorre Florence (2009) *Le business plan du créateur d'entreprise - Une démarche illustrée*. La Plaine Saint Denis. AFNOR. 98 p.

ISBN 978-2-12-465162-7

121 GICQ

Gicquel Yohan (2009) *Le buzz marketing*. Chambéry. Génie des glaciers (Le). 62 p.

ISBN 978-2-84347-717-1

121 VIOT

Viot Catherine (2009) *Le e-marketing à l'heure du Web 2.0*. Paris. Gualino Editeur. 356 p.

ISBN 978-2-297-01189-1

121 CAMA

Camara Myriam (2009) *Le glocal marketing*. Chambéry. Génie des glaciers (Le). 63 p.

ISBN 978-2-84347-713-3

1.3 ABAT

Ducreux Jean-Marie, Abate René, Kachaner Nicolas (2009) *Le Grand livre de la stratégie*. Paris. Eyrolles. 377 p.

ISBN 978-2-212-54246-2

330 LANG

Langlois Georges (2009) *Le meilleur de la loi de modernisation de l'économie*. Paris. Foucher. 95 p.

ISBN 978-2-216-11074-2

1.3 COLL

Rouach Daniel (2009) *Le modèle L'Oréal - Les stratégies clés d'une multinationale française*. Paris. Pearson education ltd. 147 p.

ISBN 978-2-7440-7392-2

112 DUBO

Dubois Pierre-Louis, Collectif (2008) *Le nouveau visage des dirigeants du CAC 40*. Paris. Pearson Education Limited. 216 p.

ISBN 978-2-7440-6365-7

132 GODA

Godard Charles-Edouard, Godard Séverine, Pinteaux Patrick (2009) *Le petit compta*. Paris. Dunod. 48 p.

ISBN 978-2-10-052521-8

121 VILL

Villemus Philippe (2009) *Le plan marketing à l'usage du manager*. Paris. Eyrolles. 225 p.

ISBN 978-2-212-54245-5

121 GICQ

Gicquel Yohan (2009) *Le trend's marketing*. Chambéry. Génie des glaciers (Le). 63 p.

ISBN 978-2-84347-712-6

132 DUPU

Dupuy Yves, Travaillé Denis (2009) *Les bases de la comptabilité analytique de gestion*. Paris. Economica. 155 p.

ISBN 978-2-7178-5662-0

133 DURA

Durand Xavier, Helluy Arnauld (2009) *Les fondamentaux du contrôle de gestion - Pour une entreprise durable et performante*. Paris. Eyrolles. 264 p.

ISBN 978-2-212-54238-7

124 MOUL

Moulinier René (2009) *Les techniques de la vente. 7ème édition revue et augmentée*. Paris. Eyrolles. 350 p.

ISBN 978-2-212-54247-9

222 WELL

Wellhoff Thierry (2009) *Les valeurs- Donner du sens, guider la communication, construire la réputation*. Paris. Eyrolles. 198 p.

ISBN 978-2-212-54264-6

1 MART

Silemn Ahmed, Martinet Alain Charles (2009) *Lexique de gestion et de management*. Paris. Dunod. 625 p.

ISBN 978-2-10-052527-0

132 BARB

Barbe Odile (2009) *Maîtriser les IFRS*. Paris. Groupe revue fiduciaire. 846 p.

ISBN 978-2-7579-0183-0

141 GRAT

Gratacap Anne, Médan Pierre (2009) *Management de la production - Concepts, méthodes, cas*. Paris. Dunod. 448 p.

ISBN 978-2-10-052523-2

371.03 STOP

Stopford Martin (2008) *Maritime economics*. Royaume Uni. Routledge. 815 p.

ISBN 978-0415275583

334 LEFE

Lefebvre Francis, Collectif (2009) *Memento fiscal 2009*. Levallois. Lefebvre (Editions Francis). 1521 p.

ISBN 978-2-85115-786-7

321 LEFE

Lefebvre Francis, Collectif (2009) *Memento social 2009*. Levallois. Lefebvre (Editions Francis). 1447 p.

ISBN 978-2-85115-787-4

141 BENS

Bensebaa Faouzi, Le Goff Joan (2009) *Mesurer la performance de la fonction logistique*. Paris. Eyrolles. 220 p.

ISBN 978-2-212-54269-1

121 SEMP

Sempels Christophe (2009) *Oser le marketing durable - Concilier marketing et développement durable*. Paris. Pearson Education Limited. 214 p.

ISBN 978-2-7440-7357-1

1.6 TALB

Talbot Grégoire (2007) *Pilotez votre entreprise grâce au Management Cockpit - un outil de gestion simple et pragmatique*. Bruxelles. De Boeck. 102 p.

ISBN 978-2-8041-5567-4

132 COLL

Collectif (2009) *Plan comptable général 2009*. Paris. Dunod. 45 p.

ISBN 978-2-10-052516-4

1.5 STRO

Stross Randall (2009) *Planète Google : faut-il avoir peur du géant du Web ?*. Paris. Pearson education France. 323 p.

ISBN 978-2-7440-6369-5

371.01 COLL

Collectif (2009) *Pratic export. Le fret aérien pratique 2009*. Marseille. SMECI. 216 p.

ISBN 978-2-35741-000-8

222 CREU

Gilibert Sylvie (2009) *Réaliser son plan de communication en 48 heures*. Paris. Eyrolles. 180 p.

ISBN 978-2-212-54237-0

112 BOUV

Bouvier Xavier (2009) *Reprendre une entreprise*. Paris. Nathan. 256 p.

ISBN 978-2-09-160689-7

658.48 RUTH

Rutherford Silvers Julia (2007) *Risk Management for meetings and events*. Etats Unis. Elsevier Butterworth Heinemann. 354 p.

ISBN 9780750680578

1.3 THIE

Thiétart Raymond-Alain, Xuereb Jean-Marc (2009) *Stratégies - Concepts, méthodes, mise en œuvre*. Paris. Dunod. 343 p.

ISBN 978-2-10-052525-6

1.3 MEIE

Meier Olivier (2009) *Stratégies de croissance - Fusions-acquisitions, alliances stratégiques, développement interne*. Paris. Dunod. 192 p.

ISBN 978-2-10-051880-7

1.3 MARC

Marchesnay Michel (2008) *Stratégies et pouvoirs - Mélanges en l'honneur du Professeur Alain Charles Martinet*. Paris. Vuibert. 335 p.

ISBN 978-2-7117-6890-5

141 JONE

Womack James P., Jones Daniel T. (2009) *Système Lean - penser l'entreprise au plus juste*. Paris. Pearson education ltd. 438 p.

ISBN 978-2-7440-7391-5

430 BRAU

Braunert Jörg, Schlenker Wolfram (2005) *Unternehmen Deutsch . Aufbaukurs B1-B2 . Eleve*. Klett Verlag International. 215 p.

ISBN 9783126757454

430 BRAU

Braunert Jörg, Schlenker Wolfram (2006) *Unternehmen Deutsch. Aufbaukurs B1-B2 .* Klett Verlag International. 174 p.

ISBN 9783126757461

430 BRAU

Braunert Jörg, Schlenker Wolfram (2005) *Unternehmen Deutsch. Aufbaukurs B1-B2*. Klett Verlag International. 95 p.

ISBN 9783126757485

1.3 COLL

(2009) *Vingt ans de système de mode*. Institut Français de la Mode. 217 p.

ISBN 978-2-91-4863-18-6

430 EISM

Volker Eismann (2008) *Wirtschaftskommunikation Deutsch - Neubearbeitung B2 bis C1*. AHK. 223 p.

ISBN 9783468904653