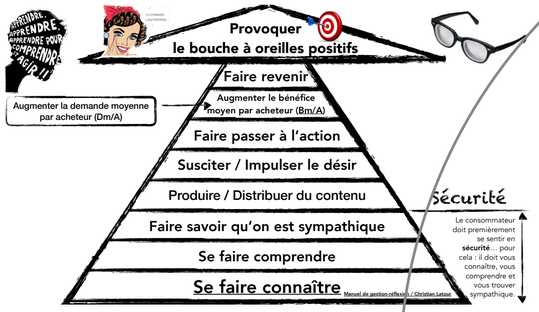
LE MODÈLE INTERACTIF DE LA COMMUNICATION MARKETING



INTERFÉRENCES

INTERFÉRENCES

Champ d'expérience de l'émetteur

Champ d'expérience du récepteur

BRUIT

M E S S A G E

CODE

DÉCODE

Entité économique (Émetteur - Récepteur)

CANAUX

CANAUX

Publics cibles (Récepteur - Émetteur)

ACTION / RÉTROACTION

MANUEL DE GESTION-RÉFLEXION / CHRISTIAN LATOUR