















































Jagdish Sheth et Rajendra Sisodia(2012), *The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customer, Company and Society*, New York : Routledge, 2012 ; *The Financial Express*, 6 avril 2004 ; [www.mbauniverse.com](http://www.mbauniverse.com), 1er mai 2012.

Kotler Philip, Kevin Lane Keller et Manceau Delphine(2012), *Marketing Management*, 12ème édition Pearson éducation.

Lambin Jean-Jacques et Chantal de Moerloose(2016), *Marketing stratégique et opérationnel : La démarche marketing dans l'économie numérique*. 9 éditions Dunod.

McCarthy E. Jerome(1960), *Basic Marketing: A Managerial Approach*, Richard D. Irwin, 1960.

MBA(2008) : *l'essentiel du management par les meilleurs professeurs*. 2 éditions Eyrolles éditions d'Organisation.

Mercier Jean-Pierre(2017), *Historique et évolutions du marketing mix*, 14 mai 2017.  
<http://Challeng-action/historique-et-evolution-du-marketing-mix/>

Raymond louis et all(2019), *Une étude empirique des SIM dans les PME manufacturières*, revue internationale PME. *Marketing et PME* Volume13, n°2000.

Van Laethem Natalie(2005), *Toute la Fonction Marketing*. Edition Dunod, 2005, p.44.

Van Laethem Nathalie, Lebon Yvelise et Durand-Mégret Béatrice(2019), *La boîte à outils du marketing*, édition Dunod.

<http://Cosultat.borisfoucaud.com>, *Mix marketing en 2017 : des changements*, du 20/05/2017.

Van Laethem Nathalie, Lebon Yvelise et Durand-Mégret Béatrice(2007), *La boîte à outils du responsable marketing*, édition Dunod.p..68.

Vernette E.(2010).*L'essentiel du marketing*,Eyrolles,Editions d'Organisation.