

La mesure comptable des marques

Type de contenu : Texte Image fixe

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : La mesure comptable des marques [Texte imprimé] / Walliser, Elisabeth

Auteur(s) : Walliser, Élisabeth

Editeur, producteur : Paris : Vuibert, 2001
(46-Cahors; Impr. France Quercy)

Collection : Entreprendre

ISBN : 2-7117-7957-2

Appartient à la collection : Entreprendre (Paris. 1997) 1281-5691 2001

Classification décimale Dewey : 658.827 23

Note de thèses et écrits académiques : Texte remanié de Th. doct. Gestion Paris 12 1998

Résumé ou extrait : Examine les textes doctrinaux permettant de juger des positions respectives en matière de prise en compte des marques à l'actif du bilan dans trois pays européens. Explique les différences en replaçant les positions dans un contexte plus général d'élaboration des états financiers. Analyse le problème de l'évaluation de la marque. Observe les pratiques de 150 entreprises.

Sujet(s) : comptabilité nationale
marque commerciale

Sujet - Nom commun : Marques de commerce -- Évaluation
Marques de commerce -- Évaluation -- Pays de l'Union européenne

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Études comparatives