

Business sous influence

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Business sous influence / Ludovic François [directeur] ; Eric Denécé, Christian Harbulot, François-Bernard Huyghe... [et al.]

Auteur(s) : Denécé, Éric (1963-2025)

Autre(s) auteur(s) : Harbulot, Christian (1952-....)
Huyghe, François-Bernard (1951-2022) auteur en science politique
François, Ludovic (19..-....)

Publication : Paris : Éditions d'Organisation, DL 2004

Description matérielle : 1 vol. (XI-251 p.) : ill., couv. ill. ; 22 cm

ISBN : 2-7081-3102-8

EAN : 9782708131026

Classification décimale Dewey : 658.401
658.406 2

Note sur les titres associés : La couv. porte en plus : "marchés financiers, ONG, marketers, Etat... qui manipule qui ?"

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 239-247. Index

Sujet - Nom commun : Désinformation
Manipulation (psychologie)
Influence (psychologie)
Éthique des affaires