

Comportement du consommateur face aux stratégies marketing en Afrique

Le professeur Sahou Any-Gbayere tente d'explorer dans ce livre les pistes d'une modélisation du comportement d'achat de l'homme africain et plus spécifiquement ivoirien. Il se défend de vouloir contrarier la littérature établie, et s'inscrit donc dans la tradition de l'étude du consommateur.

En abordant ce sujet, il a voulu interpeler les spécialistes sur une exagération de la standardisation. En effet, le souci constant d'édicter des règles universellement reconnues, qui garantiraient le caractère scientifique de nos théories a quelques fois cédé le pas à la négligence de la dimension culturelle.



*Formé en France à la gestion des entreprises, puis au Canada où il obtient un master à l'université Laval (1975) et un PhD à l'université d'Ottawa (1979), **Sahou ANY-GBAYERE** a poursuivi une carrière de professeur d'université en Côte d'Ivoire. Il a également occupé les fonctions d'Inspecteur général au ministère de l'Éducation et au ministère de la réconciliation nationale de 1988 à 2011. Il enseigne actuellement la communication des organisations et la gestion des conflits à l'université catholique d'Afrique de l'Ouest à Abidjan (UCAO).*

ISBN : 978-2-343-08232-5
16 €



L'Harmattan

Comportement du consommateur
face aux stratégies marketing en Afrique

Sahou ANY-GBAYERE

Sahou ANY-GBAYERE

Comportement du consommateur face aux stratégies marketing en Afrique