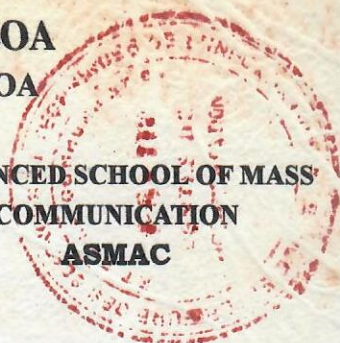


UNIVERSITE DE YAOUNDE II - SOA
THE UNIVERSITY OF YAOUNDE II - SOA

ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES
ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION
ET DE LA COMMUNICATION
ESSTIC



ADVANCED SCHOOL OF MASS
COMMUNICATION
ASMAC



LA STRATEGIE DE POSITIONNEMENT DE MARQUE :
PRATIQUES MANAGERIALES ET PERCEPTION DES CONSOMMATEURS.
Application aux marques de bières de la Société
Anonyme des Brasseries du Cameroun (S.A.B.C.)

*Mémoire présenté et soutenu publiquement en vue de l'obtention
du Diplôme des Sciences et Techniques de l'Information
et de la Communication*

(DSTIC)
Option : **Publicité**

Par

BASSOG LIBYH Joseph Lin
B.T.S. Communication d'entreprise

Sous la direction de

M. NOUTHE François
Master of Arts, University of Chicago, U.S.A.
Docteur en Communication Sociale, Université de Louvain, Belgique
Chercheur au CNE
Professeur permanent, ESSTIC

Promotion : 1995-1998

Novembre 1999

001-4
BAS