

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

ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION
ET DE LA COMMUNICATION (E.S.S.T.I.C)
ADVANCED SCHOOL OF MASS COMMUNICATION (A.S.M.A.C)



**L'IMPACT DE LA PROMOTION DES
VENTES SUR LA CONSOMMATION DE
LA BIÈRE DANS LA VILLE DE YAOUNDE :**
Les cas de "33 Export", "King Beer", "Guinness"
et "Sätzenbrau" de 1990 à 1997

● Etude exploratoire des effets de la promotion
des ventes dans un pays d'Afrique sub-saharienne

MEMOIRE

Présenté et soutenu publiquement en vue de l'obtention du
Diplôme des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication
(D.S.T.I.C)

Filière : PUBLICITE

Par

NKOUMOU Moïse

Sous la direction de
KEYE NDOGO, PhD

(Mass Communication)

Enseignant permanent à l'E.S.S.T.I.C

Yaoundé, Mars 1999

0014

NKO