

x) document(s)

document(s) :

[s://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9767021h?rk=42918:4](https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9767021h?rk=42918:4)

ns générales

stitut français de presse (Paris).

iversité Panthéon-Assas - Institut Français de Presse - Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (CARISM)
on : 01-01-1961

.l'Economie de la presse par Robert SALMON, membre du Conseil Economique et social ; Information et Conjoncture par Henri esseur à la Faculté de Droit et des Sciences économiques de Paris ; Présentation. par Pierre-Henri DERYCKE, chargé de cours à l' et des Sciences économiques de Clermont-Ferrand ; SECTION DE L'IMPRESSION I. Le coût de fabrication d'un quotidien régional AERT, directeur technique de la "Voix du Nord" ; § 1. Principaux éléments du coût de fabrication ; § 2. Décomposition du coût de . Evolution du coût de fabrication ; II. Les négociations collectives dans la presse quotidienne française depuis 1950. par Hubert nt à la Faculté de Droit et des Sciences économiques de Paris ; § 1. Les parties en présence ; § 2. Les contrats collectifs ; § 3. Les vantages sociaux ; SECTION DE LA DIFFUSION I. Le coût de la diffusion de la presse en France. par Paul COLIN, Secrétaire isien Libéré" et François ARCHAMBAULT, docteur ès sciences économiques ; § 1. Principaux éléments du coût de la diffusion ; § 2 quotidiens français vendus au numéro ; § 3. La diffusion des quotidiens français vendus par abonnements ; § 4. Le problème de ; invendus ; II. Le coût de la diffusion des quotidiens français en 1961 par François ARCHAMBAULT, docteur ès sciences § 1. Les dimensions de l'échantillon ; § 2. Les résultats de l'analyse statistique ; SECTION DE LA PUBLICITÉ I. Publicité et . par Bruno GIRON, docteur ès sciences économiques ; § 1. Le phénomène publicitaire ; § 2. La dépense publicitaire et le de la production ; § 3. L'action publicitaire et l'orientation de la consommation ; II. La recette publicitaire. par Georges N, étudiant en doctorat ès sciences économiques ; § 1. La répartition de la recette publicitaire ; § 2. La répercussion de la recette s les entreprises dépendant de la publicité ; SECTION DE L'ANALYSE STATISTIQUE I. Analyse statistique des mouvements ans la presse quotidienne - l'exemple de "France-Soir". par Alain BOURGOGNE étudiant en doctorat ès sciences économiques ; § 1 'analyse des mouvements économiques ; § 2. L'application de la méthode de SHISKIN à l'analyse des ventes de "France-Soir" - . Analyse économétrique du marché du papier journal par M. TRIPIER, étudiant en doctorat ès sciences économiques ; § 1. Le I.P.A. ; § 2. La prévision à moyen terme de la consommation de papier-journal ; SECTION DE L'ÉQUILIBRE FINANCIER Publicité e rier des entreprises de presse. par Michel AMBAULT, attaché à la Direction générale de Publicis ; § 1. Le journal: un produit vendu son prix de revient ; § 2. Le rétrécissement des marges bénéficiaires ; § 3. L'évolution des techniques publicitaires et l'équilibre treprises de presse
s : Gallica

ns techniques

ment PDF

ns complémentaires



gine :

iv-pantheon-assas-ori-11661

urce : Ressource documentaire