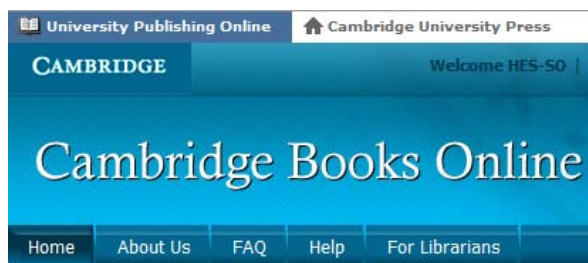


Cambridge Books Online



Cambridge Books Online en bref

Type de données : environ 1250 e-books de l'éditeur Cambridge

Domaines couverts : gestion, informatique, sciences de l'ingénieur, médecine, art, musique

Période couverte : 1905 - 2011

Langue d'interrogation : anglais

Accès : <http://ebooks.cambridge.org/>

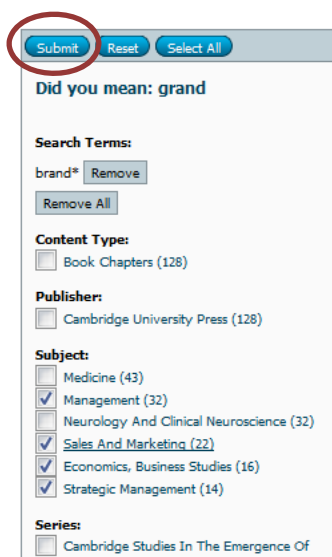
Nombre d'accès simultanés : illimité

Recherche

Cambridge Books Online c'est un total de plus de 13'000 e-books. Les bibliothèques HES offrent l'accès à 1250 d'entre eux. Pour effectuer une recherche sur les livres disponibles pour les bibliothèques HES il vaut donc mieux choisir la *Recherche avancée* et cocher la case *Limited to your access*, comme ci-dessous :

Il est possible d'effectuer la recherche sur n'importe quel champ ou de préciser, par exemple : titre, auteur, sujet, etc.

A partir de la page de résultats, il est possible de préciser la recherche selon les filtres proposés sur la gauche de l'écran (notamment Sujets, Auteur, Année de publication).



Puis, il faut cliquer sur le bouton Submit pour lancer la recherche avec les filtres.

Syntaxe

Troncature :

- ? : remplace un caractère dans un mot (sauf la première lettre)
- * : remplace aucun ou plusieurs caractères (même en début de mot)


Recherche par locution : utilisez les guillemets pour chercher une expression

Résultats

Page de résultats :

La page de résultats présente les références des livres et chapitres correspondants à notre recherche.

Le premier lien renvoie vers le livre lui-même, tandis que le pdf en fin de référence permet d'ouvrir le chapitre le plus pertinent par rapport à la question de recherche. Le


logo vert  indique que le livre fait partie de ceux auxquels nous avons accès.

Brand Society Book P

How Brands Transform Management and Lifestyle
 Martin Kornberger
 Publisher: Cambridge University Press
 Print Publication Year: 2010 Online Publication Date: January 2011

[1 - Introduction: the brand society](#)
 Chapter DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511802881.002>

Other chapters with results of your search:
[2 Making sense of brands](#), [5 Culture](#), [4 Identity](#), [9 Aesthetics](#), [3 The making of brands](#), [6 Innovation](#), [7 Politics](#), [8 Ethics](#), [Conclusion](#)


pp 3-23 |  Read PDF View more 

Accès au texte intégral du livre :

A partir de la page de résultat, il est possible d'accéder au pdf du chapitre le plus représentatif en cliquant sur le lien en fin de référence.

Pour consulter le livre dans son entier, c'est le premier lien (titre du livre) qu'il s'agit d'ouvrir.

La table des matières est alors affichée telle que ci-dessous :



[Enlarge Image](#)








Brand Society
 How Brands Transform Management and Lifestyle
 By Martin Kornberger
 University of Technology, Sydney

Publisher: Cambridge University Press
 Print Publication Year: 2010
 Online Publication Date: January 2011

Online ISBN: 9780511802881
 Hardback ISBN: 9780521898263
 Paperback ISBN: 9780521726900

Book DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511802881>

Subjects: Management , Organisation studies , Sales and marketing

Book Description	Table of Contents
Frontmatter:  Read PDF	
Contents:  Read PDF	
List of figures:  Read PDF	
Preface:  Read PDF	
Acknowledgements:  Read PDF	
Part I - Brands and branding:  Read PDF	
1 - Introduction: the brand society:  Read PDF	