

La psychologie commerciale, par PIERRE FOUILHÉ. Un vol., 4½ po. x 7, broché, 128 pages. Collection « Le Psychologue ». — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boul. St-Germain, Paris, 1966. (9 F.)

Volume 43, Number 4, January–March 1968

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1003118ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1003118ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (print)

1710-3991 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

(1968). Review of [La psychologie commerciale, par PIERRE FOUILHÉ. Un vol., 4½ po. x 7, broché, 128 pages. Collection « Le Psychologue ». — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boul. St-Germain, Paris, 1966. (9 F.)]. *L'Actualité économique*, 43(4), 787–788. <https://doi.org/10.7202/1003118ar>

LES LIVRES

meuble, plusieurs centaines d'entreprises sont devenues des unités de production importantes. Les industries du bois sont arrivées à résister très honorablement en qualité et en prix à la concurrence étrangère. On peut dire, par conséquent, que leur production est avantageusement comparable à celle des pays étrangers et qu'elles peuvent rechercher à l'extérieur comme à l'intérieur des frontières le complément de débouchés indispensables à leur expansion.

Le système bancaire français, par JEAN-PIERRE GAULLIER. Un vol., 4½ po. x 7, broché, 128 pages. Collection « Que sais-je ? ». — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boul. St-Germain, Paris, 1967.

« La banque et le crédit sont les instruments essentiels du capitalisme. Il n'est pas suffisant de les décrire avec rigueur. Il faut encore que soient dégagées les tendances de leur évolution qui n'est souvent perceptible qu'aux yeux clairvoyants. » (J. Branger, président de l'Institut du Crédit). L'auteur de cet ouvrage, conscient du fait que le système financier français est en pleine mutation, étudie, en effet, d'une façon rigoureuse la structure et l'évolution des banques et des établissements financiers dans une première partie, puis celle des établissements bancaires à caractère public ou sous tutelle publique dans une seconde partie.

Les institutions monétaires en France, par MARCEL NETTER. Un vol., 4½ po. x 7, broché, 128 pages. Collection « Que sais-je ? ». — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boul. St-Germain, Paris, 1967.

Cet ouvrage est un guide descriptif « des organismes, des instances, des autorités, qui jouent un rôle essentiel de création et de gestion monétaires » en France.

La psychologie commerciale, par PIERRE FOUILHÉ. Un vol., 4½ po. x 7, broché, 128 pages. Collection « Le Psychologue ». — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boul. St-Germain, Paris, 1966. (9 F.).

L'ouvrage se présente comme une mise au point des connaissances psychologiques utilisables aujourd'hui dans l'action commerciale. Le statut de la psychologie commerciale est ambigu et les raisons qui freinent son utilisation sont nombreuses et contraignantes. Dans une première partie, l'auteur étudie les notions fondamentales que le psychologue utilise pour la description et

L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE

l'interprétation des phénomènes psychologiques, notions qui lui servent de cadre de référence. La seconde partie est consacrée à l'examen des problèmes posés par la transformation de la réalité commerciale. Le commerce étant considéré comme un système de circulation et d'échanges de biens, d'idées, de valeurs monétaires, entre vendeur et acheteur. Enfin, un dernier chapitre traite de quelques problèmes méthodologiques soulevés par l'intervention de la recherche dans l'action commerciale.

Les praticiens des études de marché, les services commerciaux des entreprises, les étudiants et les chercheurs en psychologie sociale et en économie, trouveront ici les éléments pour une efficace utilisation des connaissances psychologiques dans l'action commerciale.

La Yougoslavie, par ANDRÉ BLANC. Un vol., 4½ po. x 7, broché, 228 pages. — LIBRAIRIE ARMAND COLIN, 103, boul. St-Michel, Paris, 1967.

Ceci est l'ouvrage d'un géographe ; l'auteur veut tenter une mise au point, satisfaire un besoin d'information et d'explication qui n'était jusqu'alors que partiellement ou pas assez objectivement satisfait. Cette étude se présente sous la forme d'une analyse régionale, méthodique, et correctement illustrée, le dernier chapitre étant consacré aux problèmes de l'aménagement régional.

L'Amérique andine, par PEDRO CUNILL. Un vol., 5¾ po. x 7½, relié, 308 pages. Collection « Magellan ». — PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE, 108, boul. St-Germain, Paris, 1966. (20 F.).

Pour un grand nombre de personnes, le mot « Andes » évoque des images caractéristiques : sommets sauvages couverts de neige, landes immenses, hauts plateaux glacés avec leurs habitations et leurs mines disséminées. En réalité, les Andes correspondent à bien d'autres images encore. La Chaîne des Andes donne son unité à une Amérique andine qui se dédouble en deux mondes différents coexistant sur un espace géographique qui embrasse à la fois les tropiques et le pôle Sud. D'un côté une Amérique andine avec ses universités tricentenaires, son industrie avancée, sa société cultivée et cosmopolite. De l'autre, l'Amérique andine dans laquelle on construit les maisons avec de la boue et de la paille, où la population sait à peine lire et écrire, travaille les champs et exploite les mines de façon anachronique.

L'auteur se propose de présenter objectivement le panorama et les problèmes de ces deux Amériques qui se débattent dans une contradiction insoluble, dans une étude où les aspects physiques sont volontairement réduits au minimum et où sont développés davantage les problèmes de base de l'économie de l'Amérique andine avec ses déséquilibres.