

Categorie	auteur	titel	taal	uitgever of streepjescode
Strategie	Giep Franzen	Wat drijft ons	NL	9789059313262
	Gary Hamel & C.K. Prahalad	de strijd om de toekomst - competing for the future	NL	905594016
	2x Alvin & Heidi Toffler	Rethinking the Future	EN	9781857881035
	Michael Y.Yoshino & RaNGAN	een leidraad voor strategische allianties	NL	9789025407667
	Kjell Nordstromm	Funky Business	EN	9780273645917
	Dan Herman	Outsmart the MBA clones	EN	9780978660284
	Robert Ogilvie	krijgen is een kunst	NL	9020718770
	2x Joel Barker	Paradigma's - mentale modellen voor de toekomst	NL	9789055940547
	Johnny Johansson & Kujiro Nonaka	Intuitieve strategen - de Japanse marketing benadering	NL	9789055941018
	1982 R van Min	strategische Marketingplanning	NL	9014031416
Erik Wiklund	How to build international marketshare	EN	70701768	
Consumentengedrag	Prof. Theo Poiesz	Gedragmanagement	NL	978066112162
	Martin Lindstrom	Buy-ology	EN	978-0-385-52388-2
	B.Wierenga & W/F. van Raaij	Consumentengedrag	NL	9020715747
	Wil Wurtz	Klantenloyaliteit	NL	9789026726484
	John Elkington & Julia Hailes	the green consumer guide	EN	9780575041776
	Jay Curry	Customer Marketing	NL	MB
	Karel Alsem	strategische marketingplanning	NL	97802073048
	3e druk Herman Toch	transformeren om te overleven (marketing)	NL	9789401401265
	Seth Godin	Permission Marketing	NL	9789025414771
	Alan Mitchell	Right Side Up	EN	1861975740
	marketing society	the future of marketing	EN	9780956395900
	Paul Moers	dienstbaar zijn is het nieuwe goud	NL	9789490085377
	Prof. Leeflang en Beukenkamp	probleemgebied marketing, een management benadering	NL	Stenfert Kroese
	Prof. Leeflang en Beukenkamp	probleemgebied marketing: de marktinstrumenten	NL	Stenfert Kroese
	Philip Kotler	Kotler on Marketing	EN	9780684860381
	Jos Ahlers & René Boender	Generatie Z	NL	9789461560254
	Philip Kotler-Kevin Lane Keller-Henri Robben	Marketing Management	NL	9789043018593
	Frans van Lier	Marketing Missers	NL	mb
	Hans Ferrée	Apropos, kan marketing nog?	NL	9789026726507
	1985 Bernhardt & Kinnaer	Cases in Marketing Management	EN	025603055-3
Gijs ten Kate e.a.	MVO: de harde waarheid over zachte waarden	NL	9789027496980	
Andy Mosmans	over marketing, merken en management	NL	9789013005028	
Robert v.d. Zwart & F.v. Eenennaam	Internationale marketing	NL	9789026727351	
Diederick van Thiel	Cool! Winst door belevenismarketing	NL	9789043015899	
Freek Holzhauer	marketing in vogelvlucht	NL	Kluwer	
1986 N.Cohen & J.Foor	topcases uit de Nederlandse marketing	NL	9020714538	
Paul Postma	het nieuwe marketing tijdperk	NL	9789025405984	
11 hoogleraren	marketing voorbij 2001	NL	9789080629417	
Jozzef tettero	marketing voor dienstverlenende organisaties	NL	Kluwer	
Brand Management	F.Joseph Lepla & Lynn Parker	Integrated branding	EN	9780749437206

4e editie	David A.Aaker	marktgericht strategisch beleid	NL	9789052611747
	David A.Aaker & Alexander Biel	Brand Equity & Advertising	EN	97880805812848
vintage (1984)	Philip Kotler	Marketing Management	EN	135580242
vintage-unieke serie	Giep Franzen & Freek Holzhauer (in 1987)	unieke serie HET MERK		
	Jean-Noel Kapferer	deel: 2-3-4-5-6-7-8 (8 = laatste deel)	NL	Kluwer
	Douglas B. Holt	het merk opnieuw uitgevonden	NL	9789014095912
gesigneerd	Martin Lindstrom	how Brands become Icons	EN	9781578517749
hard cover 2005	Martin Lindstrom	Brand Sense	EN	Free Press
	Dr. Klaus Brandmeyer	Brand Sense	EN	Free Press
	Dr. Klaus Brandmeyer	Die Magische Gestalt	DUI	marketing journal
	Sam Hill & Chris Lederer	Jahrbuch Markentechnik	DUI	3871505382
	David Kiley	the Infinite Asset	EN	9781578512492
	William M.Weilbacher	Driven, inside BMW	EN	9780471269205
	Kevin Lane Keller e.a.	Brand Marketing	EN	9870844234762
	Alina Wheeler & Joel Katz	strategisch Merkmanagement - modellen	NL	978043033084
	Leslie de Chernatony	Brand Atlas	EN	9780470433423
	Roland van der Vorst	creating powerful brands	EN	9780750606608
	Roland van der Vorst	Branding - a systems theoretic perspective	EN	909018435
	Adfo groep - 25 merkexperts	Nieuwsgierigheid	NL	9789046803349
	Harvard Business Review	Branding.NL	NL	978941560156
2x	Giep Franzen	over Merkenmanagement	NL	9789058710314
vintage (1990)	Giep Franzen	combineren van merken en producten	NL	9789014066080
	Jan Rijkenberg	Het merk	NL	90-267-1198-0
	DDB worldwide	Concepting	NL	9789055012947
	Douglas Atkin	Brand Magnetism	NL	9789080768963
	Carl Rohde - Eilander & Mirani	the culting of brands	EN	97815918402765
	Roland van Kralingen	dossierSuperbrands	NL	9789055947096
	Roland van Kralingen	Superbrands	NL	9789026729607
	Roland van Kralingen	Eurobrands	NL	9789026719707
	Rik Riezebos	Brand World	NL	9789014090863
Topboek	Rik Riezebos	Powerplay	NL	9789001757366
	Rik Riezebos	Brand Management	EN	9780273655053
	Rik Riezebos	verzamelde merken	NL	9789012101349
	Rik Riezebos	Brand-added value	EN	9051663676
	Jeroen Kemperman & Liedewij Trampe	de Merkmethode	NL	9789055948628
	Coolbrands	Coolbrands	NL	9780954751036
	Coolbrands	the coolest brands in the Netherlands	EN	9789080990920
	Coolbrands	the Guru book 1 - branding cases	EN	9789080990951
	Cooltravel	the most exceptional travel spots	EN	9789080990913
	Superbrands	Superbrands in Nederland - 40 cases	NL	952815397
	Superbrands	het succesverhaal van 53 topmerken in Nederland	NL	9780954153250
	SWOCC- Daan Muntinga	Merkbeheer: het merkmanagement van morgen	NL	SWOCC
	Andy Mosman & Roland van der Vorst	Merkenbeleid	NL	9789026726477
	Lintas	Merkenwoordenboek	NL	9789026718601

Categorie	auteur	titel	taal	streepjescode
Innovatie				

	Ruud Hendriks & Patrick de Zeeuw	I'M HUNGRY	NL	9789461561091
	Ans Carels	NIEUW! - het nieuwe product	NL	9020718290
	Dany Jacobs	add culture and innovation values	EN	art data
	Clayton Christensen	the Innovators Dilemma	EN	9780060521998
	Robert Cooper	Winning at New Products	EN	9780738204635
Communicatie	Prof. Cees van Riel	Identiteit en Imago - corporate communication	NL (2e druk)	9789052611457
vintage	David Ogilvy	Ogilvy over reclame	NL	9021832585
	Hans van Dijk	Zapklare brokken	NL	9789078263036
	SIRE	45 jaar reclame SIRE	NL	SIRE
	Goos Geurtsen	Waarom? Waar? Wat?	NL	9789026720017
	Max Sutherland & Alice Sylvester	Reclamewerking ontrafeld	NL	9789014079745
2x	Adfo specialists group	het Copy boek	NL	9789014060088
	stichting reclame Code	de Nederlandse Reclame Code	NL	RCC
<i>gesigneerd</i>	Erik du Plessis	Reclame en ons brein	NL	9789014071961
	Wilbert Scheurs	geschiedenis van de reclame in Nederland	NL	9789027469694
	Wilbert Scheurs	collectieve reclame in Nederland	NL	9020720708
	Eugene Roorda	verzamelde spraakjes (radio columns over merken & reclame)	NL	Roorda
	Adfo books	het grote Marcom inspiratieboek	NL	9789492196255
	Frank Pels	de Opportunisten XVII	NL	Adformatie
	Frank Pels	de Opportunisten XVIII	NL	Adformatie
	Effieboek	Effie 2000 - winnende cases	NL	9789070583774
	Effieboek	Effie 2001 - winnende cases	NL	9789068825558
	Ned. Affiche kunst	een eeuw affiche kunst	NL	9090018875
	John Knecht & Bonny Stoelinga	Communicatie en Mediaplanning	NL	9789053523094
	Athalie Stegeman	de Digitale Dialoog	NL	9789081683814
vintage-1e druk 1989	Hans Ferrée	groot inspiratieboek voor creatieve reclame	NL	9026712839
	Peter van Wijk	corporate Storytelling	NL	9789077881255
Retail	Egbert Jan van Bel	Kloteklanten	NL	9789013047011
	Jos de Vries	New Retail Relevance	EN	CIMS
	Roger Blackwell	Form mind to market - reinventing the supply chain	EN	9780887308338
	Nielsen	Category Management	EN	9780844234908
	Viva Cadena	de responsieve Supply Chain	NL	Cadena
Organisatie	Subir Chowdhury	Management 21C	EN	9780273639633
	Manfred Kets de Vries	Leiderschap ontrafeld	NL	9789057121210
	jeff mauzy & Richard Harriman	Creativity Inc. - building inventive organization	EN	9781578512072
	Laurence D.Ackerman	Identity is destiny	EN	9781576750681
	Berry Veldhoen & Stephan van Slooten	de 9+ organisatie	NL	9789088650405
	Tom Peters	waaninnige ondernemingen	NL	9789025414924
	Mc.Kinsey company	Knowledge unplugged	EN	9780333963760
	Charles Handy	de Olifant en de Vlo	NL	9789025415587
	Harry Starren & Twan v.d. Kerkhog	de 21 geboden van modern leiderschap	NL	9789025495787
	gerard van Vliet	een vitale organisatie	NL	9789081211826
	M.C. Langedijk e.a.	Belonen in strategisch perspectief	NL	9789023235361
	Willemijn van Benthem	Topondernemers aan het woord	NL	9789066118959
	Nederlands Centrum van Directeuren	honorering van directeuren en commissarissen	NL	9789074786218

Hans van Londen	de waarde en waarden van concerns	NL	9789023233794
Alfred van Duren & Martin van Manen	integraal Veranderingsmanagement	NL	9789023226741
Andy Mosmans	Ondernemingssucces	NL	ARA
John Kotter	Onze ijsberg smelt	NL	9789047000921
Menno Lanting	Connect!, de impact van sociale netwerken op organisaties	NL	9789047003069
Sascha Becker & Wenda Bolink	de Employee Journey	NL	9789491757693
van Ewijk-Hoevenaars-Jaarveld & den hertog	naar Eenvoud in Organisatie - zelfsturende teams	NL	9789026721670

Categorie	auteur	titel	taal	streepjescode
Trends & Toekomst	SecondSight	2014 and beyond - travelling trough times	EN	9789491131158
	Jeroen Boschma & Inez Groen	Generatie Einstein - jongeren in de 21e eeuw	NL	9789043010948
	Jan-Willem Grievink	State of the art in FOOD	EN	Cap & E&Y
	Jan-Willem Grievink	State of the art in Food: op weg naar de nieuwe supermarkt	NL	Elsevier
	Roland van Kralingen	de Koppositie	NL	9789014063706
	Susanne Piét	de Emotiemarkt - beleveniseconomie	NL	9789043008051
Financieel	Peter Rikhof & Wietze Mulder	hoe vind ik een investeerder?	NL	9789089590725
Commercieel	Frank Kwakman	Acquireren is (n)iets voor mij	NL	9789052614618
	Martin Lindstrom	Koop MIJ (koopgedrag)	NL	9789022994832
	Jack Canfield	the Success Principles	EN	9780007195084
	Verne Harnisch	Mastering the Rockefeller habits	EN	9781590790151
	Jan Heuvel	de onweerstaanbaarheids theorie	NL	9789024427307
	David H. Maister e.a.	de vertrouwde Adviseur	NL	9789052613727
	Hermann Simon	verborgen Kampioenen	NL	9789026725388
	Paul Jackson & Mark Mc.Kergow merkmanagement-marketing-branding	the Solutions Focus 16-26-41-43-44-45-46-47-48-49-52-53-54-57-60-62-63-67-68	EN	9781904838067
SWOCC	corporate communicatie			
Publicaties	doelgroepen communicatie			
	diverse auteurs & studies			
Harvard Business Review	strategie-leiderschap-organisatie	Themadossiers		
	merkmanagement-communicatie ondernemersschap-groeien innovatie-non profit-change- people management-managen	21 thema dossiers		