

Programme des 6^{ème} Assises des Doctorants en Marketing

Mardi 22 juin 2010



8h45- 9h : Accueil des participants

9h-9h15 : Introduction (Patrice Roussel et Eric Vernet)

9h15- 10h : **Julien Schmitt**, (*Lecturer in Marketing à la Loughborough University Business School, Prix de thèse afm 2010*), Parcours, déplacements et actions face au rayon : mieux comprendre le comportement physique du consommateur en magasin pour mieux comprendre ses achats.

10h-10h45 : **Soulaiman Tourki** (*Ceros, Université Paris Ouest*), L'impact stratégique de la relation client sur la performance de l'entreprise à long terme : une étude empirique dans le secteur des services.

(rapporteurs : JM Decaudin et JF Lemoine)

11h-11h30 : Pause

11h30- 12h15 : **Linda Hamdi** (*CRM, Université Toulouse I Capitole*), Les produits développés par les *lead users* au sein de communautés en ligne : quel intérêt pour le marketing ?

(rapporteurs : C. Benavent et JF Trinquécoste)

12h15-13h45 : Lunch

13h45-14h30 : **Emma Cherif** (*PRISM, Université Paris I Panthéon Sorbonne*), L'influence des agents virtuels incarnés sur les réactions émotionnelles et comportementales des internautes.

(rapporteurs : JM Decaudin et E Vernet)

14h30-15h15 : **Michael Petit**, (*CRM, Université Toulouse I Capitole*), La dimension sensorielle de la personnalité de marque : concept, mesure et intérêt.

(rapporteurs : C. Benavent et JF Trinquécoste)

15h15-15h30 : Pause

15h30- 16h15 : **Valentina Kirova** (*IRGO, Université Bordeaux IV*), Le marketing stratégique dans les faits : l'étude du cas Laser-Cofinoga.

(rapporteurs : JF Lemoine et E Vernet)