

7^{ème} édition du Colloque Prix & Valeur

e-conférence du 12 juin 2020

Lien de la e-conference Zoom : <https://us02web.zoom.us/j/86037544660?pwd=Nm1OOTNNQUdFR1B6R2tyK3c0VWVXUT09>

8h45 – 9h	<p>MOT D'ACCUEIL DES PRESIDENTS DES COMITES D'ORGANISATION ET SCIENTIFIQUE</p> <p><i>Patricia Coutelle - Université de Tours</i> <i>Laurent Maubisson - Université de Tours</i> <i>Arnaud Rivière - Université de Tours</i></p>
9h – 9h45	<p>ATELIER DE PUBLICATION « RECHERCHE ET APPLICATIONS EN MARKETING »</p> <p><i>David Gotteland - Grenoble Ecole de Management</i></p>
9h45 – 10h30	<p>ATELIER DE PUBLICATION « DECISIONS MARKETING »</p> <p><i>Isabelle Collin-Lachaud - Université de Lille</i></p>
10h30 – 11h	<p>LA SATISFACTION ET L'INTENTION DE REVISITE DES MAGASINS D'UNE ENSEIGNE DE DISTRIBUTION A BAS PRIX ET A ASSORTIMENT NON-PERMANENT : EFFETS DE LA VALEUR PERÇUE ET DE LA HONTE</p> <p><i>Tiéfing Diawara - Le Mans Université</i></p>
11h – 11h30	<p>VALEUR DE SHOPPING : UNE DISCUSSION DES APPROCHES THEORIQUES</p> <p><i>Marianne Auffret - Université de Rennes 1</i> <i>Karine Picot-Coupey - Université de Rennes 1</i></p>
11h30 – 12h	<p>LA VALEUR PERÇUE DE L'EDUCATION THERAPEUTIQUE DU PATIENT EN ONCOLOGIE : APPROCHES CONCEPTUELLE ET OPERATIONNELLE</p> <p><i>Blandine Labbé - Audencia Business School</i> <i>Cindy Lombart - Audencia Business School</i> <i>Virginie Berger - Institut de Cancérologie de l'Ouest</i> <i>Rémi Mencarelli - Université de Savoie Mont Blanc</i> <i>Arnaud Rivière – Université de Tours</i></p>

12h – 12h30	<p>ROLE DES VENTES PRIVEES SUR LE PROCESSUS DE VALORISATION D'UNE MARQUE DE LUXE : EFFET MODERATEUR DE LA COMMUNICATION RESPONSABLE</p> <p><i>Christine Lambey Checchin - Université Clermont Auvergne</i> <i>Andréa Sanchez Romero - Université Clermont Auvergne</i></p>
12h30 – 13h30	PAUSE
13h30 – 14h	<p>LE ROLE DU PRIX MAGIQUE SUR LA VALEUR PERÇUE D'UNE OFFRE AUTOMOBILE DE MARQUE DISCOUNT VS. GENERALISTE</p> <p><i>Solène Raffestin - Université de Tours</i> <i>Laurent Maubisson - Université de Tours</i> <i>Arnaud Rivière - Université de Tours</i></p>
14h – 14h30	<p>LES EFFETS DU RISQUE PERÇU SUR L'ADOPTION DU REVENUE MANAGEMENT DANS LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES DE L'HOTELLERIE</p> <p><i>Sourou Meatchi – Université d'Angers</i></p>
14h30 – 15h	<p>ECARTS D'ESTIMATION DE PRIX AVANT/APRES EXPOSITION A UN MESSAGE PUBLICITAIRE EN FORMAT VIDEO IMMERSIVE VS. EN FORMAT VIDEO TRADITIONNELLE : UNE APPLICATION DANS LE DOMAINE DU TOURISME</p> <p><i>Stéphane Bourliataux-Lajoie - CNAM</i> <i>Laurent Maubisson - Université de Tours</i></p>
15h – 15h30	<p>LA RELATION A LA GRATUITE DES PERSONNES EN SITUATION D'INSECURITE ALIMENTAIRE – ETHNOGRAPHIE D'UNE EPICERIE SOLIDAIRE DANS UN QUARTIER POPULAIRE</p> <p><i>Laure Sugier - Université d'Orléans</i></p>
15h30 – 16h	<p>LA PARTICIPATION DES ALUMNIS AUX CAMPAGNES DE FINANCEMENT DES FONDATIONS UNIVERSITAIRES</p> <p><i>Léo Trespeuch - EGUQTR</i> <i>Elisabeth Robinot - ESG UQAM</i></p>
16h – 16h30	<p>L'ATTACHEMENT A SON ANIMAL DE COMPAGNIE : UNE ETUDE EXPLORATOIRE SUR SA RELATION AVEC LE PRIX</p> <p><i>Aurore Ingarao - Université d'Orléans</i> <i>Joseph Kaswengi - Université d'Orléans</i></p>
Présentation acceptée mais non présentée	<p>L'INFLUENCE DE LA SENSIBILITÉ ÉCOLOGIQUE SUR LE CONSENTEMENT À PAYER POUR UNE OFFRE TOURISTIQUE</p> <p><i>Hélène Meral - INSEEC School of Business & Economics</i> <i>Pauline Rodriguez - INSEEC School of Business & Economics</i> <i>Loriane Hilaire - INSEEC School of Business & Economics</i></p>
16h30	CLÔTURE