



Programme des Journées de Recherche AFM

PRIX - GRATUITE - DON - VALEUR

10 & 11 Décembre 2015 - VALLOREM - IAE DE TOURS

JEUDI 10 DECEMBRE 2015 - MATIN

09h	Accueil des participants
09h30 - 11h	<p>Séance plénière :</p> <p>« <i>Le fundraising</i> dans l'enseignement supérieur en France : identification à l'école et comportement de don de l'ancien élève, proposition d'un modèle explicatif de la générosité des diplômés » - Catherine Desjacques et Sandrine Macé</p> <p>« Prix libre et consommation socialement responsable : application du modèle Name Your Own Price à une ressourcerie » - Jean-Pierre Lacour</p> <p>« L'accès à la culture des personnes en situation de pauvreté : expérimentation d'un nouveau modèle de don, l'abonnement culturel solidaire » - Caroline Urbain, Nicolas Antheaume, Danielle Boudier-Pailler, Nathalie Schieb-Bienfait et Catherine Vargues</p>
11h - 12h30	<p>Table ronde sur le <i>Low-cost</i></p> <p>M. Jean-Paul Tréguer, PDG du groupe de communication « LowCost 360 » et co-président du Club des entreprises <i>low-cost</i></p> <p>Mme Sonia Arhainx, Directrice Isilines</p> <p>Mme Elise Bonneveux, Enseignant-chercheur à l'IAE de l'Université de Tours</p>
12h30 - 14h	Déjeuner

JEUDI 10 DECEMBRE 2015 – APRES-MIDI

Sessions en parallèle		
14h – 17h30	<p>Atelier « Prix 1 » - 14h / 15h30</p> <p>« Comment utiliser l'image du magasin et l'image prix des marques de distributeur (MDD) pour favoriser l'attitude envers les MDD dans les pays émergents ? » - Mbaye Fall Diallo</p> <p>« Odd and even pricing in luxury goods: effects on brand image » - Annalisa Fraccaro et Sandrine Macé</p> <p>« The impact of brand price and promotion on store price image: evidence from panel data » - Joseph Kaswengi</p>	<p>Atelier « Prix 2 » - 14h / 15h30</p> <p>« L'identification du prix de référence interne : confrontation de six mesures » - Coralie Damay et Nathalie Guichard</p> <p>« Les mécanismes de fixation des prix en vente directe : une approche compréhensive des pratiques des maraîchers « libérés » des contraintes tarifaires des circuits longs » - Maud Daniel</p> <p>« Genre biologique, perception du prix et impulsivité chez les adolescents » - Isabelle Muratore</p>
	Pause	
	<p>Atelier « Don » - 16h / 17h30</p> <p>« L'utilisation de l'analyse en grappe de commentaires sur internet : Remise en question du paradigme dyadique du don » - Virginie Duret, Christophe-Alain Brunel et Christian Ben Lakhdar</p> <p>« L'économie du don et système de consommation dans une communauté migratoire : une approche multi-située » - Louis César Ndione et Eric Rémy</p> <p>« Mécénat d'entreprise et marketing : une relation à découvrir » - Benoît Petitprêtre et Estelle Lauthier</p>	<p>Atelier « Valeur » - 16h / 17h30</p> <p>« Toward an understanding of the effects of subjective marketing cost evaluation on price unfairness and purchase intention » - Marianela Fornerino, Agnes Helme Guizon et Alain Jolibert</p> <p>« La valeur de la maîtrise de la consommation ou "quand le moins devient un plus" » - Morgane Innocent</p> <p>« L'influence de la stratégie prix du distributeur sur la fidélité au point de vente : rôles de la shopping value et du format du magasin » - Arnaud Rivière, Patricia Coutelle-Brillet et Mbaye Fall Diallo</p>

VENDREDI 11 DECEMBRE 2015

09h	Accueil	
09h30 – 12h	Présentation des revues <i>Recherche et Applications en Marketing et Décisions Marketing</i> Nil Özçaglar-Toulouse et Emmanuelle Le Nagard - Assayag	
12h00 – 13h30	Déjeuner	
13h30 – 15h30	Ateliers d'écriture en parallèle	
	<p align="center">Atelier « Recherche et Applications en Marketing »</p> <p align="center">« Prix libre et consommation socialement responsable : application du modèle Name your own price à une ressourcerie » - Jean-Pierre Lacour</p> <p align="center">« L'accès à la culture des personnes en situation de pauvreté : expérimentation d'un nouveau modèle de don, l'abonnement culturel solidaire » - Caroline Urbain, Nicolas Antheaume, Danielle Boudier-Pailler, Nathalie Schieb-Bienfait et Catherine Vargues</p>	<p align="center">Atelier « Décisions Marketing »</p> <p align="center">« L'identification du prix de référence interne : confrontation de six mesures » - Coralie Damay et Nathalie Guichard</p> <p align="center">« Les mécanismes de fixation des prix en vente directe : une approche compréhensive des pratiques des maraîchers « libérés » des contraintes tarifaires des circuits longs » - Maud Daniel</p>