

SOUTENANCE DE THESE

Yves ROBICHAUD, « Les facteurs explicatifs de la performance des petites entreprises », thèse soutenue le 8 septembre 2001 avec la mention Très Honorable et les Félicitations du Jury.

Directeur de Recherche : Alain Roger.

Jury : Mohamed Bayad, Françoise Belle, Martine Brasseur, Pierre-Xavier Meschi.

Philippe J. & P-Y. Leo (2002), « Retail Centers : Location and Consumer's Satisfaction », *The Service Industries Journal*, Vol. 22, n° 1, p. 122-146.

Robichaud Y., L. Dussault, J. Lorrain & A. Belley (2001), « Les activités de l'entrepreneur reliées à l'analyse stratégique en phase de prédémarrage : une étude comparative », *Revue du Nouvel Ontario*, Ontario-Québec Entreprises de Services, n° 26, p. 37-58.

OUVRAGES

Philippe J. & Leo P-Y. (2002), « Transaction Modes and the Internationalization of Business Services Firms », *Trading Services in the Global Economy*, Juan R. Cuadro-Roura, Luis Rubalcaba-Bermejo & John R. Bryson (eds.), Edward Elgar, Cheltenham, UK.

Robichaud Y., E. McGraw & A. Roger (2001), « Toward the Development of a Measuring Instrument for Entrepreneurial Motivation », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 6, n° 2, p. 189-202.

Rousseau P. & E. Clark (2002), « Strategic Parameters for Capital Budgeting when Abandonment Value is Stochastic », *Applied Financial Economics*, Vol. 12, p. 123-130.

ARTICLES

Brasseur M. (2002), « De l'utopie des décisions individuelles : l'apport de la théorie de l'engagement », *Economies et Sociétés*, Série *Economie de l'entreprise*, n° 12, p.749-772, Mai.

Roux E. (2002), « Le Luxe : au-delà des chiffres, quelles logiques d'analyse ? », *Revue Française du Marketing*, présentation des articles du numéro spécial luxe, Vol. 187, n° 2, p. 45-47.

Carchano C. (2002), « Les talents des gérants de fonds de pension : capacité à anticiper les mouvements globaux du marché et capacité à sélectionner les titres », *Banque & Marchés*, n° 59, Juillet-Août.

Roux E. (2002), « Le Luxe : une éthique et une esthétique indissociables », *Revue des deux Mondes*, Spécial Luxe, Juillet-Août.

Chtourou M.S., J-L. Chandon & M. Zollinger (2002), « Effect of Price Information and Promotion on Click-Through Rates for Internet Banners », *Journal of Euromarketing*, Vol. 11, n° 2.

Gierl H. & B. Bartikowski (2002), « Eine Skala zur Identifikation zufriedener, indifferenter und unzufriedener Kunden », *Marketing ZFP*, 23 Jg., p. 49-66.

Mathieu V. (2001), « Services Strategies within the Manufacturing Sector : Benefits, Costs and partnership », *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 12, n° 5, p. 451-475.

SOMMAIRE

Thèses	p. 1
Publications	p. 1
Communications	p. 2
Cahiers de recherche	p. 3

COMMUNICATIONS

ACR 2002 Asia-Pacific Conference, Beijing, Chine, 2002

Merunka D., « Brand Personality : Test of a Human Personality Scale and of the Brand/Human Personality Congruence », en collaboration avec J-M. Ferrandi, V. De Barnier et P. Valette-Florence.

Yth World Congress on Intellectual Capital, Hamilton, 16-18 Janvier 2002

Tournois L., « Managing Corporate Reputation as a Source of Customer Value and Firms' Performance ».

II^{ème} Congrès sur les Tendances du Marketing en Europe, ESCP-EAP, Paris, 25-26 Janvier 2002

Chtourou M.S. & J-L. Chandon, « Influence de la répétition sur l'efficacité des bandeaux sur Internet ».

Jolivot A-G. & J-L. Chandon, « Contribution à l'étude de la taille de l'ensemble de considération : une application aux enseignes de restauration ».

Tournois L., « La réputation de l'entreprise : gestion d'une ressource intangible, source de la performance des entreprises ».

Colloque de Gestion des Ressources Humaines, Ecole Supérieure de Commerce de Rouen, « Gestion des Compétences et Knowledge Management : Renouveau de Création de Valeur en Ressources Humaines », 25 Mars 2002

Ferraud G., « Knowledge management et e-learning : évolution du rôle et des responsables et des DRH ».

II^{ème} Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, « Champs de l'Entrepreneuriat et Dynamique des Sociétés », Université Montesquieu - Bordeaux IV, 17-18 Avril 2002

Allemandi R. & B. Neunreuther, « Entreprendre au lycée : dix ans d'expérience de promotion de l'esprit d'entreprendre chez les jeunes en région PACA ».

Colloque International « L'entreprise à l'heure de la GRH : Pratiques Réelles et Approches Théoriques », Oran, Algérie, Mai 2002

Brasseur M. & H. Nekka, « Représentations des acteurs et enrichissement des pratiques GRH : une comparaison franco-algérienne ».

IV^{ème} Université de Printemps de l'IAS, Beyrouth, 9-11 Mai 2002

Benraiss L. & J-M. Peretti, « Déterminants de l'équité salariale chez les cadres marocains et français ».

Palmero S. & M. Valax, « Les résistances culturelles des informaticiens marocains aux ERP ».

Van Hoorebeke D., « Management des émotions : leviers organisationnels et managériaux de l'expression d'émotions au travail ».

XVII^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing, Lille, 24-25 Mai 2002

Bartikowski B. & J-L. Chandon, « Les problèmes sémantiques de la mesure de la satisfaction des consommateurs ».

Bozzo C., D. Merunka & J-L. Moulins, « Une typologie des consommateurs "fidèles" : le Bon, la Brute et le Truand ».

Clerfeuille F. & Y. Poubanne, « Contribution des éléments de service à la satisfaction, à l'engagement et aux parts d'achat du consommateur : une étude exploratoire à partir du modèle tétraclasse ».

Müller B. & J-L. Chandon, « L'impact de la visite du site Internet sur la personnalité de la marque ».

VIth International Research Seminar in Service Management, La Londe-les-Maures, 28-31 Mai 2002

Camelis C., « L'image de marque dans les services : étude exploratoire sur la nature des associations à la marque. Application au domaine de la distribution de produits culturels ».

Philippe J. & P-Y. Leo, « Stratégies d'internationalisation des entreprises de services : adaptation ou standardisation des prestations ».

Tournois L. & M. Montebello, « La création de valeur pour le client : vers une approche transversale et intégratrice ».

XXXIst Annual Conference, EMAC, Braga, 29-31 Mai 2002

Tournois L., « Customer Value Creation : towards a Conceptual Model ».

Journée d'étude du GDR Cadres, E.M. LYON, 6 Juin 2002

Hourquet P-G. & A. Roger, « Les ingénieurs français et l'entrepreneuriat comme orientation de carrière ».

XIX^{ème} Journées Internationales de l'Association Française de Finance (AFFI), Strasbourg, 24-26 Juin 2002

Molay E., « Une analyse transversale de la rentabilité espérée des actions sur le marché français ».

Serret V., « Performance et facteurs associés à la performance des OPCVM actions ».

Frontiers in Services, XIth Annual AMA, Maastricht, 27-29 Juin 2002

Mathieu V., « Employees Commitment to Service Implementation into Industry ».

NOMINATIONS

Jacques-André BARTOLI est nommé Professeur des Universités à l'IAE de Nice.

Laïla BENRAÏSS est nommée Maître de Conférences à l'IAE de Bordeaux.

Catherine CARCHANO est nommée Responsable du Département Finance-Affaires des deux écoles jumelées : l'ESIGETEL (Ecole Supérieure d'Ingénieurs en Informatique et Génie des Télécommunications) et l'ESCI (Ecole Supérieure de Commerce International) sur le site universitaire de Fontainebleau-Avon.

Cécile CRISTAU est nommée Maître de Conférences à l'IUP de La Rochelle.

Anne-Gaëlle JOLIVOT est nommée Professeur-Assistant à HEC Montréal.

Michaël KORCHIA est nommé chercheur associé au CEROG.

Delphine LACAZE est nommée Maître de Conférences à l'ESA de Grenoble.

Sandra PALMERO est nommée Maître de Conférences à l'Université d'Angers.

Olivier ROQUES est nommé Maître de Conférences à l'IAE d'Aix-en-Provence.

Vanessa SERRET est en Séjour de Recherche depuis le mois de Janvier à l'Université de Reading, ISMA Centre (UK).

Robert WEISZ est nommé Professeur des Universités à l'IUT de Nice.

Six Doctorants ont été nommés ATER à la rentrée 2002 :

Anne-Marie Guerin à l'Université d'Aix-Marseille II,
Hela-Janet Mzabi à l'IUT de Marseille,

Idir Ouzaka à l'Université de Paris-XII, Val de Marne,

Pierre Piré-Lechalard à l'IUT d'Avignon,

Emil Turc à l'IUP de Management Public, Université d'Aix-Marseille III,

Delphine Van Hoorebeke à l'IUP de Management Public, Université d'Aix-Marseille III.

Habilitation à diriger des recherches :

Emmanuel METAIS, « L'intention stratégique : définitions, enjeux et perspectives », soutenue le 3 Juillet 2002.

Jury : Pierre Batteau, Jean-Pierre Helfer, Eric Lamarque, Bernard Ramanantsoa, Maurice Saias.

CAHIERS DE RECHERCHE DU CEROG

624 – **Mailliard O.**, « Behavior and Sensitivity of the Rate Spread Corporate Bond : Maturity and Short Term Variables Effects », Décembre 2001.

625 – **Carchano C.**, « Efficience des marchés financiers : le cas des fonds de pension d'actions britanniques », Décembre 2001.

626 – **Chauvet V.**, « Les facteurs de l'émergence du KM : changements environnementaux, technologiques et organisationnels », Janvier 2002. »

627 – **Eiglier P.**, « Le service et sa servuction », Janvier 2002.

628 – **Eiglier P.**, « Structure et fonctionnement de l'unité de service », Janvier 2002.

629 – **Eiglier P.**, « Les enjeux stratégiques de l'unité de service », Février 2002.

630 – **Chauvet V.**, « Factors Explaining KM Emergence : Environmental, Technological and Organizational Factors », Février 2002.

631 – **Benraïss L. & J-M. Peretti**, « Déterminants de l'équité salariale chez les cadres marocains et français », Mars 2002.

633 – **Serret V.**, « Processus de gestion des OPCVM actions et efficience des marchés financiers », Mars 2002.

634 – **Serret V.**, « Performance et facteurs associés à la performance des OPCVM actions », Mars 2002.

635 – **Van Hoorebeke D.**, « Management des émotions : leviers organisationnels et managériaux de l'expression d'émotions au travail », Mars 2002.

636 – **Cohen C.**, « Surveiller l'environnement : une nécessité absolue pour les entreprises et les états », Avril 2002.

637 – **Nyeck S., E. Roux & F. Dano**, « Les hommes et leur apparence : approche sémiotique », Mai 2002.

638 – **Brasseur M.**, « Compétition ou coopération : dilemme du stratège ou déterminisme de la stratégie ? », Mai 2002.

639 – **Turc E.**, « Stratégies de changement et réactions des employés : vers une théorie de l'accélération des changements organisationnels radicaux », Juin 2002.

CONGRES ET SEMINAIRES

The 2003 LA LONDE Seminar

Organisé par l'IAE Aix en Provence

APPEL A COMMUNICATIONS

La 30^{ème} édition de l'International Research Seminar in Marketing aura pour thème :

« Marketing Communications and Consumer Behavior »

et se tiendra à La Londe-les-Maures du 11 au 13 Juin 2003 sous la présidence de **Gilles Laurent** (H.E.C. Paris) et **Judy Zaichkowsky** (Simon Fraser University) et sous la coordination de **Dwight Merunka** (Aix-en-Provence Graduate School of Management).

Comité Scientifique

- Rajeev **Batra** (University of Michigan, Ann Arbor)
- Russell W. **Belk** (University of Utah)
- Christian **Derbaix** (FUCAM, Mons)
- Yves **Evrard** (HEC, France)
- Wayne D. **Hoyer** (The University of Texas, Austin)
- Alain **Jolibert** (ESA, Université Pierre Mendès-France, Grenoble)
- Lynn R. **Kahle** (University of Oregon)
- Michel **Laroche** (Concordia University, Montreal)
- Siew Meng **Leong** (National University of Singapore)
- Sidney **Levy** (University of Arizona)
- Richard J. **Lutz** (University of Florida)
- Claude R. **Martin** (University of Michigan, Ann Arbor)
- Hans **Mühlbacher** (Universität Innsbruck)
- Robert A. **Peterson** (The University of Texas, Austin)
- Rik **Pieters** (Tilburg University)
- Christian **Pinson** (INSEAD)
- Bernard **Pras** (Université Paris-Dauphine, ESSEC)
- Don E. **Schultz** (Northwestern University)
- Jan-Benedict **Steenkamp** (Tilburg University)
- Alain **Strazzieri** (Aix en Provence Graduate School of Management, I.A.E.)
- W. Fred **Van Raaij** (Tilburg University)
- Arch G. **Woodside** (Boston College)

Apports

- **Un numéro spécial du *Journal of Business Research*** – A la fin du séminaire, huit ou dix articles seront sélectionnés pour une publication dans un numéro spécial du *Journal of Business Research*.
- **Une récompense pour le meilleur article** sera décernée. La liberté sera laissée aux auteurs de publier leur article par la suite dans la revue de leur choix.

Participants

La conférence est destinée aux professeurs et aux professionnels désirant développer leur compréhension scientifique du comportement des consommateurs avec des implications potentielles sur l'utilisation des outils de communication en marketing.

Sont bienvenues toutes les études théoriques et empiriques, mais également les méta-analyses, les états de l'art et les articles concernant des thèmes émergents. Une liste non exhaustive de thèmes d'intérêt est proposée ci-dessous :

- **En management de la communications marketing**
 - Le capital-marque
 - Les effets d'une campagne de communication
 - L'impact et la mesure des réponses affectives
 - Comprendre les effets de la promotion des ventes
 - Force de vente et communication
 - Les effets du sponsoring
 - Le marketing one to one
 - La communication marketing intégrale
 - Le processus de communication via l'Internet
 - Optimiser les programmes de communication internationaux
- **Recherche sur le comportement du consommateur**
 - Valeurs et croyances
 - Formation de l'attitude et changement
 - Recherche de l'information
 - Apprentissage
 - Processus d'inférence
 - Catégorisation
 - Formation de l'ensemble de considération et changement
 - Risque perçu
 - Engagement/attachement à la marque
 - Motivation aux traitements des publicités
 - Sensibilité à la marque
 - Variables individuelles, sociales et culturelles influençant les réactions vis-à-vis des communications
 - Choix du media par le consommateur et comportement
- **Quelques domaines de recherche spécialisés**
 - Biens et services artistiques et culturels
 - Communication des distributeurs
 - Communication Business to Business
 - Sémiotique et communication
 - La communication par la promotion des ventes
 - Les enfants en tant que consommateurs

Contacts

Les manuscrits doivent comporter 20 pages maximum, y compris les tableaux, figures et références, en interligne double, marges de 2.5 cm et en caractère *Times*, 12 points.

Les papiers proposés seront envoyés avant le **15 Décembre 2002** par e-mail à chacun des membres du comité organisateur (les deux Présidents, le Coordinateur et Caroline GENEROSI) dont les adresses sont données ci-après. La notification aux auteurs sera effectuée avant le **15 Février 2003**.

laurent@gwsmt.hec.fr

zaichkow@sfu.ca

dwright.merunka@iae-aix.com

lalonde@iae-aix.com