NEOMA
BUSINESS SCHOOL

EMPOWERING MANAGEMENT

Le Pôle de Recherche Place, Value and Identity est heureux d'accueillir le Professeur Ulrich Orth (Christian-Albrecht University à Kiel, Allemagne) pour un séminaire de recherche :

La réponse des consommateurs à la complexité visuelle dans le contexte des services : Une perspective multi catégorie et multi méthodes

En se concentrant sur un certain nombre de pratiques (les environnements de vente au détail, servicescapes), le Dr Orth présentera les fondements théoriques et ses propres études sur les facteurs de complexité visuelle (par exemple, la variété de l'assortiment, la conception des emballages et des services). Les résultats tels que l'évaluation de l'attractivité des produits, l'attractivité du magasin, l'approche, l'évitement et le processus explicatif (métacognition, misattribution de l'affect par la fluidité du traitement seront discutés, notamment la métacognition, qui peut compléter les perspectives actuelles de la cognition et des affects. Une variété de contextes, y compris le vin, les yaourts, les magasins de vins, les coffee shops, et les épiceries fines sont utilisées. Par ailleurs, les méthodes y compris les expériences psychométriques, des sondages, et la pupillométrie seront décrites.

Le docteur Orth est un chercheur accompli en marketing. Les sujets d'intérêt de recherche du Dr Orth portent sur le comportement et la psychologie de l'acheteur, souvent dans le contexte du design visuel, les relations du consommateur par rapport à la marque, et les questions interculturelles. Ses articles apparaissent dans de nombreuses revues de premier plan, telles que *Journal of Marketing, Journal of Retailing, Journal of Advertising, European Journal of Marketing, Journal of International Marketing, International Journal of Research in Marketing,* and *Journal of Social Psychology*. Il est également rédacteur en chef de *International Journal of Wine Business Research.*

Le séminaire (en anglais) se tiendra le Jeudi 7 Novembre 2013, de 9h30 à 11h30 Salle du Conseil, Campus Reims

Il est ouvert à tous, nous vous demandons simplement de confirmer votre présence à Elisabeth Patin (elisabeth.patin@neoma-bs.fr) avant le 18 octobre 2013.

Le Place, Value and Identity Research Centre met l'accent sur les opportunités et les défis qui se posent lorsque les entreprises et les acteurs utilisent les ressources d'une zone géographique identifiée. Les domaines actuels de compétences du Pôle sont (mais pas exclusivement) : le terroir, l'oenotourisme, les appellations AOC (c.), la gestion et l'évaluation du lieu, la législation relative à la place des acteurs, etc. La recherche qui est menée au sein du Pôle est pertinente pour tous les produits utilisant l'origine en tant que clé de différenciation, le succès ou le facteur de valeur. Nous considérons que l'origine peut être utile dans une multitude de domaines d'activité tels que le marketing (stratégie de marque, lieux des services, lieux des produits), la logistique, la finance, le droit, la gestion, l'économie et la gestion des ressources humaines. Les chercheurs (incluant les étudiants) intéressés à rejoindre le Pôle peuvent contacter les co-titulaires David Menival (david.menival@neoma-bs.fr) and Nathalie Spielmann (nathalie.spielmann@neoma-bs.fr).