



4^{ème} Journée de Recherche Marketing & Ressources Humaines

30 novembre 2023 – IAE de Paris

8h45 **Accueil des participants**

9h **Introduction de la journée :** Fabienne Berger-Remy (Université Paris Dauphine - PSL) et Sébastien Soulez (Université Lumière Lyon 2)

9h10-10h30 **SESSION 1 (salle D4) : Marque et identification organisationnelle**

ROLE ET INFLUENCE DE LA MARQUE EMPLOYEUR ET DE L'IDENTIFICATION ORGANISATIONNELLE SUR LA FIDELITE DU COLLABORATEUR : DES MECANISMES A PENSER SELON L'ETAPE DE CARRIERE ?

Romuald Grouille (Université de Tours)

LA MARQUE AU SEIN DU SECTEUR PUBLIC : EFFETS SUR LES MECANISMES D'IDENTIFICATION ORGANISATIONNELLE

Charlotte Thouly-Vidal & Fabienne Berger-Remy (Université Paris Dauphine - PSL)

9h10-10h30 **SESSION 2 (salle D6) : Marketing RH et médias sociaux**

FIER D'EN ÊTRE ! QUAND LA RSE PERÇUE MOTIVE LES COLLABORATEURS À COMMUNIQUER SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Marie-Aude Abid-Dupont (Université Paris-Nanterre), Tarek Abid (UniLaSalle), Florian Escoubes (Toulouse School Of Management) & Fabienne Berger-Remy (Université Paris Dauphine - PSL)

CONTENU DES AVIS EN LIGNE ET IMAGE DE LA DESTINATION : ETUDE DE L'INFLUENCE DU CONTENU LIE AUX EMPLOYES

Emna Chaouachi & Sébastien Soulez (Université Lumière Lyon 2)

10h30-10h40

Pause



10h40-12h **SESSION 3 (salle D4) : Marketing RH international**

LA MARQUE EMPLOYEUR PEUT-ELLE SUFFIRE A ATTIRER ET FIDELISER LES SALARIES DANS UN CONTEXTE TRANSFRONTALIER ?

Charlotte Ranchoux, Véronique Préchoux & Bruno Kaddar (IAE de Poitiers)

L'INFLUENCE DE LA NATIONALITE PERÇUE DES ENTREPRISES SUR LEURS ATTRACTIVITES EN TANT QU'EMPLOYEURS. PROPOSITION D'UN CADRE D'ANALYSE POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES EN TURQUIE

Jean-Michel Balasque (Université Galatasaray)

10h40-12h **SESSION 4 (salle D6) : Marque employeur**

RACONTE-MOI UNE HISTOIRE : UNE ANALYSE DES FICTIONS ORGANISATIONNELLES AUTOUR DE LA MARQUE EMPLOYEUR ET DE LEURS EFFETS SUR LE CLIENT

Emma de Sainte Maresville (IAE d'Amiens)

MARQUE EMPLOYEUR ET INTERNAL BRANDING : CADRE INTEGRATEUR ET VOIES DE RECHERCHE

Sylvain Delmas (IPAG Business School) & Fabienne Berger-Remy (Université Paris Dauphine - PSL)

12h-14h *Pause déjeuner*

14h-16h **SESSION 5 (salle D4) : Marque employeur et secteur de la santé**

EFFETS DU CAPITAL MARQUE EMPLOYEUR SUR LA RETENTION DES MANAGERS : ROLE DE L'ENGAGEMENT ENVERS LA MARQUE ET DU SOUTIEN ORGANISATIONNEL

Catherine Viot, Laila Benraiss Noailles (IAE de Bordeaux) & Khaled Saboune (AMU)

MUSIC AND INSTANT MESSAGING INTERVENTIONS TO MITIGATE WORKPLACE LONELINESS AMONG PROFESSIONAL CAREGIVERS AND ENHANCE EMPLOYEE COMMITMENT AND RETENTION: A CONTROLLED QUASI-EXPERIMENTATION

Omid Moghadas (Université Paris Dauphine - PSL)

L'IMPACT DU MARKETING INTERNE SUR LA QUALITE PERÇUE, LA VALEUR PERÇUE, LA SATISFACTION ET L'INTENTION COMPORTEMENTALE DES CONSOMMATEURS DANS LES SERVICES DE SANTE

Manovosoa Finaritra Rakotovao (Institut Supérieur de Technologie d'Antananarivo)



14h-16h **SESSION 6 (salle D6) : Quand les salariés influencent le marketing**

COMPORTEMENTS INAPPROPRIÉS DES EMPLOYÉS : LES EFFETS SUR L'ATTITUDE DES CONSOMMATEURS VIS-A-VIS DE LA MARQUE

Sophie de Villartay, Eric Julienne & Annie Banikema (Université d'Evry)

L'UNIFORME DANS L'ESPACE MARCHAND DU POINT DE VUE DU SALARIÉ : ENTRE ESPACE CONTRAINT ET ESPACE DE LIBERTÉ

Alexandra Vignolles & Sacha Bernard (INSEEC)

CO-CREATIVE VS ORTHODOX MARKETING: WHEN ORGANIZATIONAL POWER GAMES INFLUENCE MARKETING PRACTICES

Carole Charbonnel (Université Jean Moulin Lyon 3)

16h-16h15 *Remise du prix de la meilleure communication à la Journée MRH 2023*

16h15-16h30 *Pause*

16h30-18h **Table ronde**

« *Expérience client, réputation, communication : quel rôle pour le collaborateur ?* »

avec **Yasmina Alla** (Chef de projet Expérience Patient, Hôpital Américain de Neuilly),

Hervé Francès (Président fondateur, Agence Okó)

& **Cécilia Scalvini** (Directrice des talents, Petit Bateau)

18h **Mot de clôture**

Journée de recherche labellisée par l'AFM

Inscription pour la journée (repas et pauses inclus) : 50 euros

<https://afm-marketingrh.sciencesconf.org/>

Si votre recherche, fondamentale ou appliquée, présente une contribution académique significative, soumettez-la sans plus attendre à l'une des deux revues scientifiques de l'afm (www.afm-marketing.org)

