

François LENGLET, Rémi MENCARELLI (IREGE,USMB)

La proximité en marketing : proposition d'un cadre intégrateur et agenda de recherche

Résumé

Depuis quelques années le monde académique comme les praticiens montrent un intérêt grandissant pour le concept de proximité. Face à une littérature croissante mais confuse en raison de la diversité des approches mobilisées, cet article propose une synthèse intégrative et macro-analytique autour du concept de proximité. Les objectifs de l'article sont triples : caractériser et classer les approches de la proximité, comprendre la place occupée par ce concept dans les modèles théoriques et managériaux en marketing et, enfin, proposer un agenda de recherche afin d'approfondir la compréhension du concept de proximité.

Mots clés

Proximité, distance, relation, interaction



11-10-2018 : SAVE THE DATE !

Guillaume LE BORGNE (IREGE,USMB)

Sensibilité du consommateur au gaspillage alimentaire : conceptualisation, antécédents et conséquences