

SOUTENANCE

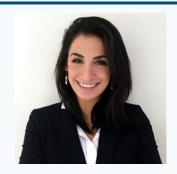


de thèse



MARDI 25 NOVEMBRE

14H00 SALLE 103 IAE SMB



AMANDA PRUSKI YAMIM (GEM, USMB, IREGE)

DU JUGEMENT À
L'ACTION : COMMENT
LES HEURISTIQUES
INFLUENCENT LES
DÉCISIONS DES
CONSOMMATEURS

(...) Cette thèse explore trois manières distinctes dont l'usage des heuristiques peut influencer les consommateurs. (...). Dans l'ensemble, cette thèse met en évidence le rôle central des heuristiques et des inférences dans la construction des comportements des consommateurs. Elle apporte des contributions significatives tant sur le plan théorique que pratique, en offrant des pistes de réflexion utiles aux chercheurs comme aux professionnels. Les résultats présentés ouvrent des perspectives concrètes en matière de stratégie marketing, de politiques publiques et d'éducation des consommateurs.

Composition du jury

Soffien BATAOUI (Université Jean Moulin Lyon 3, Laboratoire Magellan), Rapporteur

Sonia CAPELLI (IAE Lyon - Université Jean Moulin Lyon 3, Laboratoire Magellan), Rapporteure Dominique KRÉZIAK (Université de Savoie Mont

Blanc, Laboratoire IREGE), Examinatrice **Julien SCHMITT** (ESCP Business School)

Examinateur

Carolina WERLE (Grenoble Ecole de Management, Université de Savoie Mont-Blanc, Laboratoire IREGE), Directrice de thèse