

**Email :**

nora.bezaz@univ-lorraine.fr

Alma mater :

Université Paris I Panthéon – Sorbonne

Sujet(s) de recherche :

Etude de comportement des consommateurs (dont enfants et seniors)

Packaging

E-santé, Pratiques marketing des entreprises, Communication persuasive

Marketing de la santé

Gestion de la marque

Nora BEZAZ

Maître de conférences

Université de Lorraine / IUT d'Epinal

MARKETING

Nora BEZAZ est titulaire d'un doctorat en sciences de gestion (spécialité Marketing) de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (2014). Maître de conférences au sein de l'université de Lorraine depuis 2016, elle enseigne les fondamentaux du marketing, le marketing digital, l'étude de marché et la gestion de projet. Ses thématiques de recherche au sein du Laboratoire de recherche CEREFIGE, portent sur l'étude du comportement du consommateur (en situation de vulnérabilité comme l'enfant-consommateur et les seniors), la e-santé et sur les pratiques contemporaines du marketing au sein des organisations. Ses travaux de recherche ont été présentés dans différents colloques internationaux et publiés dans des revues scientifiques au rayonnement national et international : *Social Science & Medicine*, *International Journal of Retail and Distribution Management*, *Décisions Marketing et Management & Avenir*. Elle occupe également des responsabilités administratives en tant que Cheffe de département Techniques de Commercialisation à l'IUT Épinal et est responsable pédagogique du groupe de master Marketing-Vente parcours digital de l'IAE de Metz sur le site d'Epinal (en partenariat avec l'IUT).

Fonctions

@IUT Epinal-Hubert Curien – Maître de Conférences en Sciences de Gestion

@IUT Epinal-Hubert Curien – Cheffe du département Techniques de Commercialisation

IUT Epinal-Hubert Curien – Responsable pédagogique du groupe de master Marketing-Vente parcours digital de l'IAE de Metz sur le site d'Epinal

@IUT Epinal-Hubert Curien – Membre du conseil d'institut

@IUT Epinal-Hubert Curien – Membre du conseil de direction

Publications académiques

38 documents

Articles dans une revue 6 documents

- Nora Bezaz, Christian Dianoux, Géraldine Thévenot. La mesure de la satisfaction a-t-elle toujours du sens quelle que soit l'activité ? : Le cas des Ehpad. *Revue management & avenir*, 2022, 127 (1), pp.59-82. .
- Emna Cherif, Nora Bezaz, Manel Mzoughi. Do personal health concerns and trust in healthcare providers mitigate privacy concerns? Effects on patients' intention to share personal health data on electronic health records. *Social science & medicine*, 2021, 283, pp.114146. .
- Nora Bezaz, Mathieu Kacha. An experimental study of the effect of packaging colour on children's evaluation of packaging and attitude towards the brand. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 2021, 49 (6), pp. 701-716. .
- Nora Bezaz, Thierry Hember, Sébastien Soulez. Digitalisation des relations inter-fonctionnelles marketing-ventes : quelles pratiques pour les entreprises ? . *Décisions Marketing*, 2021, 104, pp.49-68. .
- Nora Bezaz, Thierry Hember. Transformation digitale, quelles solutions pour les TPE/PME : Passer au

Marketing 3D. *Debrief*, 2020.

- Nora Bezaz. The impact of packaging colour on children's brand name memorization. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 2014, 42 (11/12), pp.1053-1068. .

Communications dans un congrès 25 documents

- Nora Bezaz, Christian Dianoux, Géraldine Thévenot. Dans quelle mesure les enquêtes classiques de mesure de la satisfaction en EHPAD sont-elles pertinentes ?. *7ème journée Internationale du Marketing Santé*, Jun 2022, PARIS, France.
- Maria De-Juan-Vigaray, Nora Bezaz. Children's consumption at toy points of sale: Parent's perception of experiential marketing mediators.. *10th Child and Teen Consumption Conference*, May 2022, Madrid, Spain.
- Nora Bezaz, Loic Comino, Christian Dianoux, Renaud Frazer, Jennifer Ramone-Louis, et al.. L'engagement des marques à l'égard de la crise sanitaire sur les médias sociaux. *Grand Est Numérique*, Sep 2021, METZ, France.
- Christian Dianoux, Jean-Luc Herrmann, Mathieu Kacha, Lombard Gauthier, Nora Bezaz, et al.. Communication persuasive : illustrations dans le contexte digital. *Salon #GEN 2021 - Rdv business et Numérique du Grand Est - Centre des Congrès METZ*, Sep 2021, Metz, France.
- Nora Bezaz, Thierry Himber, Sébastien Soulez. Marketing-sales alignment and business practices. *Academy of Marketing Science Annual Conference*, Jun 2021, online, United States.
- Emna Cherif, Nora Bezaz, Manel Mzoughi. L'influence de l'attitude envers le risque sanitaire et la confiance envers les parties prenantes sur les réactions du patient : le cas des plateformes de santé en ligne. *37ème congrès international de l'Association Française du Marketing*, May 2021, Angers, France.
- Nora Bezaz, Loic Comino, Christian Dianoux, Renaud Frazer, Jennifer Ramone-Louis, et al.. La communication persuasive peut-elle être empathique ? Elaboration d'un modèle conceptuel et proposition d'une échelle de mesure. *7ème édition de la Journée de recherche en Marketing du Grand Est*, Apr 2021, REIMS, France.
- Nora Bezaz, Béatrice Siadou-Martin, Renaud Frazer. Quand le packaging se pare d'une recette « saine » de cuisine, quels impacts sur l'évaluation du produit ?. *15ème Journée du Marketing Agroalimentaire*, Sep 2020, Montpellier, France.
- Emna Cherif, Nora Bezaz, Manel Mzoughi. Impact de l'attitude envers le risque sanitaire sur la protection des données médicales personnelles et la confiance envers les parties prenantes : Le cas du dossier médical partagé. *19ème Colloque marketing digital*, Sep 2020, Paris, France.
- Nora Bezaz. L'influence de la forme du packaging sur la mémorisation du nom de marque chez les enfants de 7 à 12 ans. *Journée Food for Kids, l'évènement dédié à l'emballage et aux produits alimentaires des 6-12 ans*, Nov 2019, Le Mans, France.
- Nora Bezaz, Thierry Himber. Comprendre le comportement du consommateur en ligne, Masterclass : Utiliser les outils numériques pour développer et faire connaître sa startup. *Lorntechn - Quai Apha*, Jun 2019, Epinal, France.
- Nora Bezaz, Mathieu Kacha. Etude expérimentale de l'influence de la couleur d'un packaging sur les réponses d'enfants âgés de 7 à 12 ans. *Journée de Recherche en Marketing du Grand Est (JRMGE) 5ème édition*, Mar 2019, Strasbourg, France.
- Nora Bezaz, Christian Dianoux, Géraldine Thévenot. Dans quelle mesure les enquêtes de satisfaction en EHPAD sont-elles pertinentes?. *Première Rencontre Interdisciplinaire Handicap Et Consommation*, Mar 2019, Nancy, France.
- Nora Bezaz. Présentation de la Junior Entreprise LEA. *Congrès ANLEA 2018 Recherche et Enseignements : Au-delà des disciplines*, Jun 2018, Nancy, France.
- Nora Bezaz, Christian Dianoux, Géraldine Thévenot. Les classiques mesures de la satisfaction sont-elles toujours adaptées ? Le cas des Maisons de Retraite. *Journées Normandes de la Recherche sur la Consommation*, Nov 2017, Le Havre, France.
- Nora Bezaz, Mathieu Kacha. The impact of packaging colour on children's colour preferences, packaging evaluation and attitude toward the brand. *3rd International Colloquium on Kids and Retailing*, Jun 2017, Bordeaux, France.
- Nora Bezaz, Mathieu Kacha. L'influence de la couleur d'un packaging sur son évaluation et sur l'attitude envers la marque des enfants de 7 à 12 ans : une exploration du rôle de la préférence envers la couleur du packaging,. *3ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Laboratoire de recherche CEREFIGE, Mar 2017, Metz, France.
- Madeleine Besson, Nora Bezaz-Zeghache, Olivier Segard. Conduire un véhicule connecté : focus sur le concept de surcharge informationnelle. *14ème séminaire M@rsouin*, May 2016, Douarnenez, France.
- Nora Bezaz. L'influence de la forme du packaging sur la mémorisation du nom de marque chez les enfants de 7 à 12 ans : Une étude expérimentale. *32ème Congrès International de l'Association Française*

du Marketing, May 2016, Lyon, France.

- Nora Bezaz-Zeghache. The impact of packaging colour on children's brand name memorization. *International Colloquium on Kids and Retailing*, Jun 2013, Paris, France.
- Nora Bezaz-Zeghache. The impact of packaging colour on children's brand name memorization. *International Colloquium on Kids and Retailing*, Jun 2013, PARIS, France.
- Nora Bezaz-Zeghache, Héra Ben Miled-Chérif. Etude exploratoire sur l'effet des dimensions de la couleur des sites de marque sur les préférences. *26ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, May 2010, Angers, France.
- Nora Bezaz-Zeghache. Etude exploratoire sur l'effet des dimensions de la couleur des sites de marque sur les préférences. *26ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, May 2010, Angers, France.
- Nora Bezaz-Zeghache. L'influence de la couleur et de la forme du packaging sur le comportement d'achat des enfants : une étude exploratoire. *9ème Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Mar 2010, Rouen, France.
- Nora Bezaz. L'influence de la couleur et de la forme du packaging sur le comportement d'achat des enfants. *9ème Colloque Doctoral de l'Association Française du Marketing*, May 2009, Londres, Royaume-Uni.

Autres publications 6 documents

- Emna Cherif, Nora Bezaz, Manel Mzoughi. Dois-je divulguer mes données médicales pour être mieux pris en charge ?. 2022.
- Nora Bezaz. Interview France 3 Grand Est « L'avant JT » sur la stratégie de communication des marques pendant la crise sanitaire liée au Covid-19. 2021.
- Nora Bezaz. « Maman, achète la bouteille jaune ! » Vos enfants sont plus sensibles que vous à la couleur des emballages. 2021.
- Nora Bezaz, Thierry Himber. Comprendre le comportement du consommateur en ligne, Masterclass : Utiliser les outils numériques pour développer et faire connaître sa startup. 2019.
- Nora Bezaz. The impact of packaging colour on children's brand name memorization. 2014.
- Héra Ben Miled-Chérif, Nora Bezaz-Zeghache. Etude exploratoire sur l'effet des dimensions de la couleur des sites de marque sur les préférences des enfants. 2010.

Thèses 1 document

- Nora Bezaz-Zeghache. L'influence de la couleur et de la forme du packaging sur la relation à la marque et les comportements de choix chez les enfants de 7 à 12 ans. Sciences de l'Homme et Société. Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne; France, 2014. Français. .



Documents récupérés de l'archive ouverte HAL