Email :
renaud.frazer@univ-lorraine.fr

Alma mater :
IUT Université de Montpellier 2, IAE
Université de Montpellier 2, ICN
Université Nancy 2, ISAM-IAE
Université de Lorraine

Sujet(s) de recherche :
Communication persuasive
Marketing social
Effet du pays d'origine
Comportement du consommateur

Renaud **FRAZER**

Maître de conférences
Université de Lorraine / IUT Nancy-Charlemagne
MARKETING

Renaud FRAZER est Maître de conférences en Sciences de Gestion (Marketing) à l'Institut Universitaire de Technologie Nancy-Charlemagne, au sein duquel il assume la fonction d'administrateur provisoire du département de Techniques de Commercialisation. Il a obtenu son Doctorat (2016) à l'Université de Lorraine. Sa thèse, menée sous la codirection du Professeur Jean-Luc HERRMANN et du Professeur Björn WALLISER avait pour objet l'étude des effets combinés de l'affect et des croyances stéréo-typiques associés au pays d'origine d'un produit, sur les évaluations des produits par les consommateurs. Ses recherches portent sur la communication persuasive des organisations avec un intérêt pour le comportement du consommateur, le marketing social, et les effets du pays d'origine. Renaud FRAZER a présenté ses travaux lors de plusieurs conférences internationales (World Marketing Congress de l'Academy of Marketing Science, Congrès International de l'Association Française de Marketing, Journée de Recherche en Marketing du Grand Est…).
Avant d'être enseignant-chercheur, Renaud FRAZER a travaillé pendant une dizaine d'années dans l'industrie (électronique, métallurgie). Il y a occupé différents postes à responsabilité dans les domaines du marketing et de la gestion de programmes, en France et en Chine.

Fonctions

@IUT Nancy-Charlemagne – Administrateur provisoire du département Techniques de Commercialisation

@IUT Nancy-Charlemagne – Maître de conférences

Publications académiques

16 documents

Communications dans un congrès13 document

- Renaud Frazer, Jennifer Ramone-Louis. « L'alcool est mauvais pour la santé…surtout s'il est bio ? » : effets du label bio sur la perception de qualité du produit et du risque de développer un cancer. *16ème Journée du Marketing Agroalimentaire*, Association Française du Marketing, Sep 2021, Montpellier, France.
- 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.
- 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.
- Renaud Frazer, Jennifer Ramone-Louis. Effet du label bio sur la perception des boissons alcoolisées. *7ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Université de Reims Champagne-Ardenne, 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.
- Renaud Frazer, Pierre Garner. Le rôle de la marque employeur sur le recrutement : perception et personnalité des candidats. *1ère journée de recherche sur le marketing des ressources humaines*, Mar 2019, Paris, France.
- Renaud Frazer. Etude des effets de l'affect et des croyances stéréotypiques associés au pays d'origine d'un produit sur son évaluation par les consommateurs, à l'aide du modèle du contenu des stéréotypes. *33ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, May 2017, Tours, France.
- Mathieu Kacha, Karine Gallopel-Morvan, Renaud Frazer, Jean-Luc Herrmann. Évaluation du paquet de cigarettes neutre (vs. classique) par les non-fumeurs et les fumeurs: rôle de la valence de la couleur du paquet neutre. *33ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, May 2017, Tours, France.
- Renaud Frazer. Effets du pays d'origine d'un produit sur son évaluation par les consommateurs: Étude des rôles des associations pays-produit et de l'affect associé au pays. *3ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Mar 2017, Metz, France.
- Nina Krey, Felipe Pantoja, Renaud Frazer, David J. Ortinau. Special Doctoral Colloquium Session: The Bumpy Road to Academia, Difficulties, Challenges, and Concerns Doctorate Students Face in the USA and Beyond (An Abstract). *World Marketing Congress of the Academy of Marketing Science*, 2016, Paris, France.
- Renaud Frazer. The Moderating Role of Attention on Country-of-origin Effects: A Structured Abstract. *18th World Marketing Congress of the AMS*, Jul 2015, Bari, Italy.
- Renaud Frazer. Influence des Informations Relatives au Pays d'Origine d'un Produit sur les Consommateurs. *14ème Colloque Doctoral de l'AFM*, May 2014, Montpellier, France.
- Renaud Frazer. Country-of-Origin Research in Marketing: Considerations for New Perspectives. *Journées Thématiques de l'ADRIPS : De la Persuasion à la Persuasion Technologique*, ADRIPS, Association pour la Diffusion de la Recherche Internationale en Psychologie Sociale, May 2013, Metz, France.

Poster de conférence2 document

- Renaud Frazer. Country-of-origin (COO) information and product evaluations: The role of country stereotypes, country-related product associations, and country-related affect. *French- Austrian-German Workshop on Consumer Behaviour*, Nov 2015, Bayreuth, Germany.
- Renaud Frazer. Country-of-origin research in marketing: Considerations for new perspectives. *Journées Thématiques de l'ADRIPS: De la Persuasion à la Persuasion Technologique*, May 2013, Metz, France.

Thèses1 document

- Renaud Frazer. Affect et croyances stéréotypiques associés au pays d'origine d'un produit : étude de leurs effets combinés sur les évaluations des produits par les consommateurs. Gestion et management. Université de Lorraine, 2016. Français. .

HAL

Documents récupérés de l'archive ouverte HAL