

Journée Internationale du Marketing de la Santé

4 JUIN 2024



EDHEC
BUSINESS SCHOOL



LUMEN



Université
de Lille



Programme

08h30 - 09h00	◆	Café d'accueil
9h00 - 9h15	◆	Discours d'introduction - AMPHI A & B <i>Pr. Loïck Menvielle, EDHEC Business School</i> <i>Pr. Dominique Crié, IAE Lille, Lumen ULR 49999</i>
9h15 - 10h30	◆	Séance plénière - AMPHI A & B « Enjeux et perspectives de la santé connectée et des données secondaires en médecine » <i>Modérateurs : Pr. Loïck Menvielle et Pr. Dominique Crié</i> « Perception des Français en 2024 - Baromètre IPSOS, EDHEC Business School, Bristol Myers Squibb » <i>Alexandra Andreo, Directrice Ipsos Healthcare</i> « Utilisation secondaire des données de santé : libérer le potentiel pour l'innovation et la prévention » <i>Emma Ros, Chargée de projets - Santé, Institut Montaigne</i>
10h30 - 10h45	◆	Pause-café
10h45 - 12h30	◆	Ateliers 1, 2, 3, 4, 5. 1 - salle Exec.1 ; 2 - salle Exec.2 ; 3 - salle Exec.3 ; 4- salle Exec.4 ; 5 - salle Exec.5
12h30 - 14h00	◆	Déjeuner
14h00-15h00	◆	Séance plénière - AMPHI A & B « Le marketing numérique des substituts du lait maternel : une critique » <i>Gérard Hasting, Pr. Emérite, University of Stirling</i> « Digital en santé : Une aide à la personnalisation des parcours des patients ? » <i>Pr. Etienne Minvielle, Ecole Polytechnique, Directeur de Recherches CNRS, Médecin de santé Publique à Gustave Roussy, Membre de l'Académie de Médecine</i>
15h00-16h45	◆	Ateliers 1, 2, 3, 4, 5. 1 - Amphi A & B ; 2 - salle Exec.2 ; 3 -salle Exec.3 ; 4- salle Exec.4 ; 5 - salle Exec. 1
16h45	◆	Cocktail Network fin JIMS 2024

Ateliers - 10h45 - 12H30

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Atelier 3 : Marketing social

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Atelier 5 : Work in progress

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Président de session : F. Jallat

- 1 **« Impacts of media outlets on the reputation of pharmaceutical companies during the COVID-19 pandemic: an exploratory analysis using Twitter data ».**, Z. Zeaiter – IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 2 **« La machine d'imagerie médicale : lieu d'empowerment ou de care ? ».**, J. Mary – Université de Rouen Normandie, NIMEC-UR969
- 3 **« Conceptualizing patient centrality in the pharmaceutical industry: A systematic literature ».**, J. Fleissig ; N. Steils – HEC Namur
- 4 **« Une analyse des freins à l'encontre d'une révolution en marche : La FemTech à l'aune de la donnée et de l'accès à l'innovation ».**, K. Brunel; F. Jallat – NovaGray, ESCP Business School Paris

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Présidente de session : L.Nabec

- 1 **« Effets des outils de santé mobile (m-health) sur l'hygiène orale individuelle et la sante gingivale : synthèse de littérature et perspectives ».**, G. Dossou; A. Ballieu; K. Agossa – Université de Lille, LUMEN ULR 4999, Inserm
- 2 **« Factors influencing continuance intention to use mobile health applications relating to physical activity and eating behaviours : Mediating role of satisfaction and usefulness ».**, M. Zoghlami Bellalouna – Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis, Université de Tunis El Manar, Laboratoire de recherche : Entreprise et Recherche en Marketing (ERMA)
- 3 **« Prévenir le risque de non-observance thérapeutique chez les jeunes adultes : les apports de la théorie de la motivation à se protéger ».**, ME. Laporte; L. Nabec; K. Dolgin – Université Paris-Saclay, RITM research center in Economics & Management
- 4 **“Adapting health services in a pandemic: cross-country lessons”**, Moytrayee Guha, Arielle Cohen Tanugi-Carresse et al. - Brown University School of Public Health, Providence, RI, USA

Atelier 3 : Marketing social

Présidente de session : D.Crié

- 1 **«Comment communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir la santé ? l'exemple de #Octobrrose2022».**, C. Francesconi ; M. Spach ; A.Berriche ; D. Crié ; M. Calciu – CPAM du Gard, IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 2 **«Comment inciter les individus à pratiquer une activité physique ? L'apport de la théorie du contenu des buts».**, H. Sassi Chamsi ; J. Gérard ; A. Helme-Guizon – Université Savoie Mont-Blanc, IREGÉ, Univ. Grenoble Alpes, CERAG
- 3 **«Le marketing social pour faire évoluer les comportements d'activité physique et de sédentarité chez des populations défavorisées : une revue systématique de la littérature ».**, R. Debru – Université Savoie Mont-Blanc, IREGÉ
- 4 **«De l'intérêt de la netnographie pour collecter et analyser des données au sein de communautés virtuelles de santé : Retour d'expérience sur la mise en œuvre d'un protocole méthodologique ».**, P.Buffaz ; B.Isseki ; O. Guillet – EDC Paris, Université Sorbonne Paris-Nord

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Présidente de session : C.Quero

- 1 **« Bâtir une attractivité hospitalière durable via une démarche intégrée d'expérience patient : retour d'expérience ».**, S. Mijailovic – Fondation Hopale
- 2 **«Expérimentation d'une campagne de prévention personnalisée pour le dépistage du cancer colorectal dans le Gard ».**, M. Spach – CPAM du Gard
- 3 **«Impact de la Violence des Patients sur la Socialisation des Urgentistes : Une Approche Pragmatiste».**, C. Quero ; S. Leblanc – IAE Lille, LUMEN ULR 4999 ; ISTECH Paris Ceri
- 4 **«A concise exploration of patient experience: insights from a systematic literature review ».**, S. Mohammadi ; D. Crié – IAE Lille, LUMEN ULR 4999

Atelier 5 : Work in progress

Président de session : L.Carpentier

- 1 **«Un chatbot qui a la cote ? Empowerment et relation patient-médecin. ».**, W. Ferchakhi, L. Menvielle, M. Mifsud – Université Haute Alsace, EDHEC Business School, Audencia
- 2 **“Navigating Fake News and Misinformation in Pharmaceutical Marketing: Strategies for Maintaining Trust”**, Léna Griset, Loick Menvielle, Rupanwita Dash - EDHEC Business School
- 3 **«Cocréation et innovation ouverte : impact des outils digitaux d'intelligence artificielle dans les parcours de soin, une analyse multi-niveaux».**, D. Halimi Gerbi – EDHEC Business School

Ateliers - 15h - 16h45

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Atelier 3 : Marketing social

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Atelier 5 : Work in progress

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Président de session : A.Hamard

- 1 **« Une première analyse de l'impact des cyberattaques sur les établissements de soin »,**
E. Gaubert, F. Jallat – Wilco, ESCP Business School Paris
- 2 **« Valeur en santé, Transfert de connaissances et Intelligence artificielle - En quoi l'intelligence artificielle vient-elle modifier le transfert de connaissances dans la dyade médecin/patient »,**
D. Halimi Gerbi, S. Ziam – EDHEC Business School, Université Teluq, Montréal
- 3 **« The impact of knowledge communities on the performance of e-health enterprises »,**
A. Hamard – ENS Paris Saclay
- 4 **« Personal Digital Twins for Personalized Healthcare and ethical implications with Generative-AI »,**
S.Milan; K. Gulia; H. Patel; P. Kumar – Zydus Pharmaceutical Division of Clinical Research and Development, New Jersey -USA, School of Engineering and Computer Science, University of Wolverhampton, UK, IAE Lille, LUMEN ULR 4999

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Président de session : Dr JC. Hansen

- 1 **« Rôle du marketing pour l'intégration de la congruence génétique et généalogique comme méthode de prévention d'un biais de sélection négligé dans les essais cliniques »,**
Dr JC. Hansen – Gériatre et CIO StratAdviser
- 2 **« Les innovations dans le domaine de la santé : une analyse des représentations des seniors »,**
B.Hetet – IDRAC Nantes
- 3 **« Pharmaciens, guidez la stratégie de votre CODIR vers la réussite »,**
Dr JM. Carrara – Université de Lille

Atelier 3 : Marketing social

Présidente de session : K. Gallopel-Morvan

- 1 **« Jeunes sous influence : Exploration du processus de persuasion des messages en faveur de l'alcool diffusés sur les réseaux sociaux ».**, G.Dossou; A.Gatinet, E.Guégan, E. Gnonfonlin, A.Hoguet, M. Serra, AL. Villemur; K. Gallopel-Morvan – Université de Lille, LUMEN ULR 4999, EHESP
- 2 **«Leaders d'opinion : impact des messages sur la perception et l'adhésion aux soins de santé via les réseaux sociaux ».**, L. Griset – EDHEC Business School
- 3 **«Le marketing social : un levier à explorer en santé publique pour revisiter les actions de prévention et d'accompagnement à destination des parents de victimes de harcèlement scolaire ».**, S. Benmoyal, P. Ezan – Université Paris Cité, Université Le Havre Normandie

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Présidente de session : A. Martin-Salerno

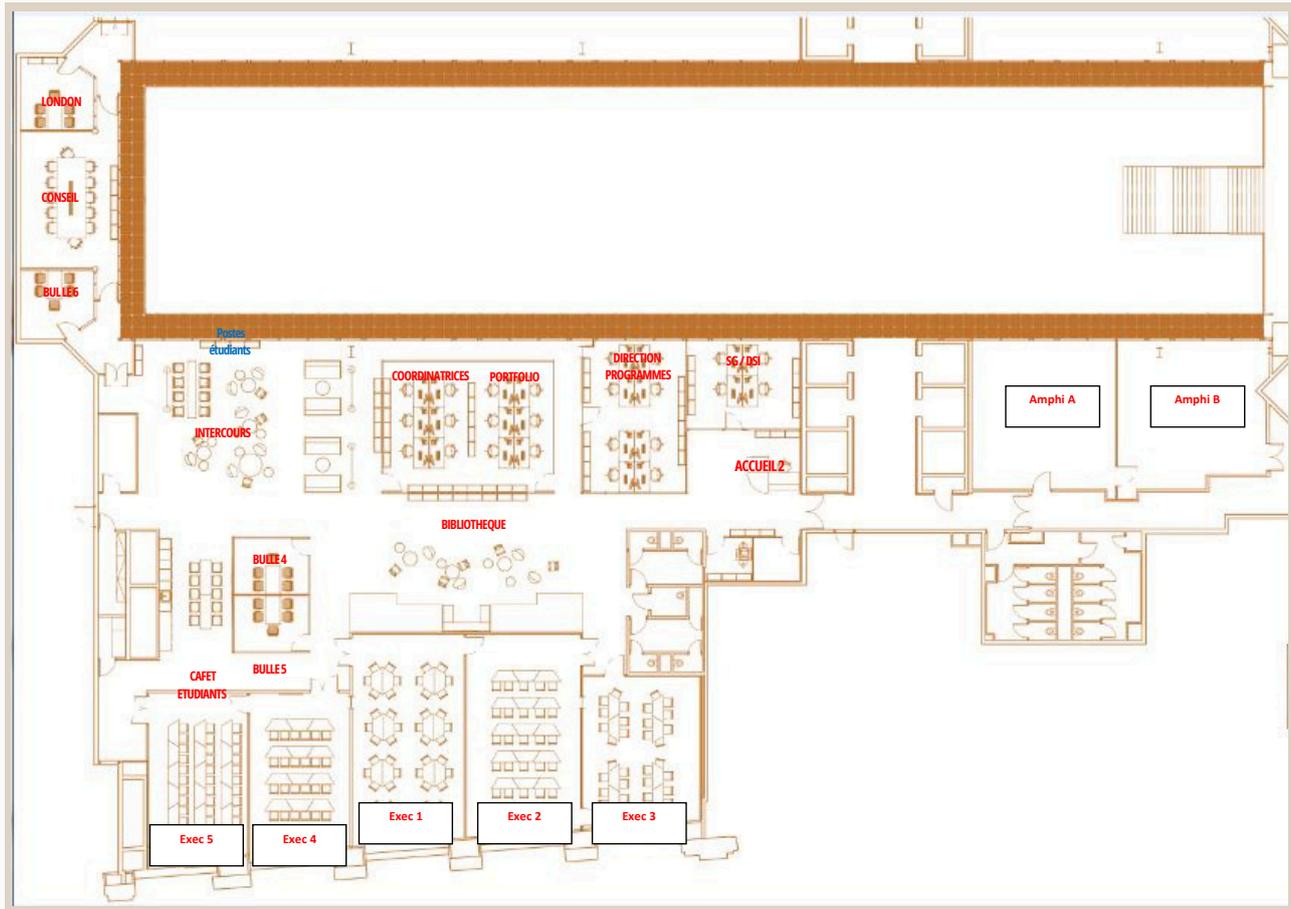
- 1 **«Devenir Urgentiste : du rêve au cauchemar ? Une approche marketing aux RH ».**, C. Quero, D. Crié, A. Berriche – IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 2 **« Qu'est ce qui amène des étudiants en médecine de 23 ans à choisir l'Oncologie ? Premiers Résultats».**, N. Penel; D. Crié – Université Lille; CLCC O.Lambret; IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 3 **« Proposition d'une taxonomie des seniors dans un monde connecté ».**, A. Martin-Salerno, L. Carpentier – IAE Lille, LUMEN ULR 4999

Atelier 5 : Work in progress

Présidente de session : R.Debru

- 1 **«L'adoption des applications mobiles de santé dans les parcours de soins des maladies chroniques ».**, J. Clercin – EDHEC Business School
- 2 **“Determinants of digital tool adoption: A cross-cultural study on cancer and diabetes”.** Rupanwita Dash, Loick Menvielle, Julia Kulkova, Ignat Kulkov – EDHEC Business School, Faculty of Science and Engineering, Åbo Akademi University, Finland
- 3 **“Résistance des jeunes vapoteurs aux messages préventifs en congruence avec les enjeux de santé et d'environnement : Apport de la théorie de la régulation et proposition d'un modèle conceptuel ».**, M. Debabi – IAE Lille, LUMEN ULR 4999

PLAN DU CAMPUS



<https://jims-sciconf.com>

jimsedhec@gmail.com

NOTES



NOTES



Make an impact