



Utilisation d'outils interactifs de médiation et enrichissement de l'expérience de visite muséale

Submitted by Elodie Jarrier on Thu, 01/05/2017 - 13:40

Titre	Utilisation d'outils interactifs de médiation et enrichissement de l'expérience de visite muséale
Type de publication	Communication
Type	Communication sans actes dans un congrès
Année	2015
Langue	Français
Date du colloque	20-22/05/2015
Titre du colloque	Conférence de l'Association Française de Marketing
Auteur	Bourgeon-Renault, Dominique [1], Jarrier, Elodie [2]
Pays	Maroc
Ville	Marrakech
Mots-clés	Arts and Culture Marketing [3], comportement du consommateur [4], Consumer Behaviour [5], experience [6], innovation [7], marketing des activités culturelles [8], méthode qualitative [9], Qualitative Method [10]
Résumé en anglais	<p>This research focuses on the use of interactive mediation tools during the art museum visit which is perceived by professional almost as a necessity. Is the museum visit experience influenced (positively or negatively) by the art museum audiences use of interactive mediation tools ? Which dimensions are concerned ? First, we present the experience and interactivity concepts that constitute our research theoretical foundations. Second, we analyse the results from the qualitative method we implemented. On a managerial level, the goal is to help museum professionals to choose interactive mediation tools in order to satisfy and broaden their audiences.</p>
Résumé en français	<p>Notre recherche porte sur l'utilisation d'outils interactifs de médiation lors de la visite d'un musée d'art, pouvant être perçue par les professionnels comme une quasi-nécessité. L'expérience de visite muséale est-elle alors influencée (de façon positive ou négative) par l'utilisation de ces outils interactifs de médiation de la part des publics des musées d'art? Quelles sont les dimensions concernées? Dans une première partie, nous présentons les concepts d'expérience et d'interactivité constituant les fondements théoriques de notre recherche. Dans une seconde partie, nous analysons les résultats issus d'une démarche méthodologique qualitative. Sur un plan managérial, la finalité est d'aider les professionnels dans leur processus de choix des outils interactifs de médiation dans un but de satisfaction de leurs publics, mais aussi dans un objectif de leur élargissement et de leur diversification.</p>
URL de la notice	http://okina.univ-angers.fr/publications/ua15396 [11]

Liens

- [1] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=25802>
- [2] <http://okina.univ-angers.fr/e.jarrier/publications>
- [3] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22084>
- [4] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22082>
- [5] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22085>
- [6] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=4531>
- [7] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=2664>
- [8] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22081>
- [9] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22083>
- [10] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=22086>
- [11] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua15396>

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)