

Dies academicus 2001

Docteurs honoris causa



Monsieur Richard P. Bagozzi,

professeur à l'Université Rice de Houston

présenté par M. A. Bergmann, doyen de l'Ecole des HEC

LAUDATIO

Au chercheur accompli pour ses travaux précurseurs sur les modèles de causalité par équations structurelles et sur le développement de schémas cognitifs/affectifs expliquant le processus de décision chez le consommateur.

Le professeur Richard P. Bagozzi est américain, d'origine italienne. Détenteur d'un MBA de l'Université Wayne (Détroit), il a obtenu un Ph. D. de l'Université Northwestern (Chicago) en 1976. Sa thèse s'intitule " Toward a general theory for the explanation of the performance of salespeople " .

Le professeur Bagozzi a depuis occupé plusieurs postes de professeur au sein de l'Université de Californie à Berkeley, du MIT (Sloan School of Management), de l'Université de Stanford, de l'Université du Michigan à Ann Arbor et de l'Université Rice à Houston (Jesse H. Jones Graduate School of Management), dont il détient la Chaire J. Hugh Liedtke en Science du Comportement en Management.

Le professeur Bagozzi a consacré plus de vingt ans à l'étude du comportement, des attitudes et des processus cognitifs et de décision. Ses nombreuses publications (livres et articles) font autorité en la matière. Sa contribution en méthodologie est également largement reconnue, notamment quant au développement de modèles d'équations structurelles permettant l'identification de liens de causalité, sujet auquel le professeur Bagozzi n'a cessé de s'intéresser au cours des vingt dernières années.

Ses contributions récentes sur le traitement de l'information, les processus d'apprentissage, le rôle des désirs et des émotions, la résistance à la nouveauté et l'importance du contexte et des situations d'achat et d'usage, sont parmi les plus fréquemment citées par les auteurs. Ses articles paraissent régulièrement dans les meilleurs périodiques scientifiques en Marketing. Les nombreuses distinctions académiques qui lui sont décernées et sa présence au sein des comités de rédaction des «Top Five» en Marketing témoignent de l'autorité que la communauté académique lui confère.

Le professeur Bagozzi a reçu nombre de distinctions pour la qualité de son enseignement et le développement d'approches pédagogiques originales, notamment la «Distinguished Educator Award of the American Marketing Association». Il a également largement contribué à l'essor des institutions auxquelles il a été rattaché en assumant des responsabilités multiples et répétées.

Le professeur Bagozzi participe régulièrement à des congrès et conférences se tenant en Europe. Il a souvent été appelé à y faire des communications sur des sujets de pointe.

Le titre de Docteur Honoris Causa que notre université confère aujourd'hui au professeur Richard P. Bagozzi est un témoignage de notre grande estime et de notre reconnaissance pour ses enseignements, ses travaux scientifiques et ses contributions exceptionnelles dans le domaine du Marketing, plus précisément pour sa contribution à une meilleure compréhension du comportement de l'acheteur / consommateur et une meilleure connaissance du processus de décision.