

Benoît Petitprêtre - Maître de conférences

Thématiques de recherche

mécénat d'entreprise
philanthropie
éthique

Contactez Benoît Petitprêtre

benoit.petitpretre@lecnam.net

Parcours de Benoît Petitprêtre

Benoît Petitprêtre a soutenu sa thèse en 2010 à l'université Paris II Panthéon Assas. Il enseigne depuis une quinzaine d'années le marketing après avoir travaillé pendant dix ans en entreprise dans des fonctions commerciales et marketing.

Sélection de publications marquantes ou récentes

B. Petitprêtre, E. Lauthier (2015) Mécénat d'entreprise et marketing : une relation à découvrir par le don, Journée de recherche Association Française de Marketing, Don, gratuité, prix, valeur, 10 et 11 décembre VALLOREM, IAE de Tours.

B. Petitprêtre, J. Mejjad (2016) Entre mensonge, authenticité et storytelling, les nouveaux récits du marketing : un regard sur le marketing en tant que technique, Journée d'études « Un nouveau regard sur la triche et le mensonge » 25 mars, LIRSA, Cnam Paris.

J.-L. Pernin, B. Petitprêtre (2013), L'intention d'achat de produits biologiques régionaux : une recherche exploratoire sur la base de la théorie du comportement planifié, Revue d'Etudes en Agriculture et Environnement, vol 94, N°3, 317-338.

B. Petitprêtre, N. Ozcaglar, J.-L. Pernin (2012), Consommateurs, in Dictionnaire du commerce équitable V Blanche A Carimentrand, Editions Quae.

J.-L. Pernin, B. Petitprêtre (2012), Commerce équitable et scepticisme : une typologie des consommateurs, Décisic marketing, n°66, 47-58

[Revenir à la liste des membres](#)



<http://lirsa.cnam.fr/le-laboratoire/membres/benoit-petitpretre-maitre-de-conferences-892218.kjsp?RH=1337076011992>