

Anne-Gaelle JOLIVOT

Maître de conférences

Thématiques de recherche

processus décisionnel du consommateur et concurrence entre les marques (ensemble de considération)
gestion de la marque à l'international (marques globales et locales)
études ethnographiques

Parcours d'Anne-Gaëlle Jolivot



Anne-Gaëlle Jolivot est docteur en sciences de gestion de l'IAE d'Aix-en-Provence. Sa carrière est principalement tournée vers l'enseignement en anglais et en français du marketing international et de la stratégie d'internationalisation des entreprises, mais également du marketing fondamental et du marketing d'études. Elle a enseigné dans plusieurs institutions (HEC Montréal, ESA Beyrouth, Taiyuan University and Zhengzhou University, IAE Aix-en-Provence, IAE Bordeaux, IAE Gustave Eiffel, ESCP Europe, ENSCP, Euromed, Grenoble Ecole de Management, Université Aix-Marseille II (IUT), Université Lyon I (IUT), Université de Nantes (I.U.T), Chambre de Commerce de Marseille-Provence). Au Cnam, elle a été responsable pendant douze ans du Master in International Business and Corporate Development.

Ses centres d'intérêts en matière de recherche sont principalement le processus décisionnel du consommateur et la concurrence entre les marques (ensemble de considération), la gestion de la marque à l'international, l'anthropologie de la consommation et la méthode ethnographique appliquée au marketing international. Elle est membre du Lirsa (Laboratoire interdisciplinaire de recherche en sciences de l'action, d'Esomar (European Society for Opinion and Market Research) et de l'AFM (Association française du marketing).

+ [CV complet de Anne-Gaëlle Jolivot](#)

Publications et travaux scientifiques

[Données extraites du portail HAL](#)

Coordonnées

anne-gaelle.jolivot@lecnam.net



<https://lirsa.cnam.fr/le-laboratoire/membres/anne-gaelle-jolivot--834192.kjsp?RH=1337076011992>