

Anne-Gaëlle 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

Contactez Anne-Gaëlle Jolivot

anne-gaelle.jolivot@lecnam.net

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 est responsable du diplôme en anglais Master in Management, 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 des marques à l'international (marques globales et locales) et les études ethnographiques appliquées au marketing international. Elle est membre du Lirsa, Laboratoire interdisciplinaire de recherche en sciences de l'action (Cnam), et de l'Association française du marketing.

Sélection de publications marquantes ou récentes

/**/ /* Style Definitions */ p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {mso-style-parent:""; margin:0cm; margin-bottom:.0001pt; mso-pagination:widow-orphan; font-size:12.0pt; font-family:"Times New Roman"; mso-fareast-font-family:"Times New Roman";}@page Section1 {size:612.0pt 792.0pt; margin:70.85pt 70.85pt 70.85pt 70.85pt; mso-header-margin:36.0pt; mso-footer-margin:36.0pt; mso-paper-source:0;}div.Section1 {page:Section1;} /**/

Jolivot A.-G. (2016), Management d'entreprise, Chapitre 6 : Marketing, coordonné par F. Brulhart et C. Favoreu, Dunod, OpenBook, 1rst ed.

Jolivot A.-G. (2013), Marketing international, Dunod, 2nde éd.

Jolivot A.-G. (2008), Marketing international, Dunod, 1ère éd.

Jolivot A.-G. (2008), "Du marketing communautaire au marketing multiculturel", Cycle Marketing - nouvelles approches de la segmentation organisé par l'ANVIE, Paris, France, 20 novembre.

[Revenir à la liste des membres](#) /**/ /* Style Definitions */ p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {mso-style-parent:""; margin:0cm; margin-bottom:.0001pt; mso-pagination:widow-orphan; font-size:12.0pt; font-family:"Times New Roman"; mso-fareast-font-family:"Times New Roman";}pre {margin:0cm; margin-bottom:.0001pt; mso-pagination:widow-orphan; font-size:10.0pt; font-family:"Courier New"; mso-fareast-font-family:"Courier New"; mso-bidi-font-family:"Times New Roman";}@page Section1 {size:612.0pt 792.0pt; margin:70.85pt 70.85pt 70.85pt 70.85pt; mso-header-margin:36.0pt; mso-footer-margin:36.0pt; mso-paper-source:0;}div.Section1 {page:Section1;} /**/



<https://lirsa.cnam.fr/le-laboratoire/membres/anne-gaelle-jolivot-maitre-de-conferences-579279.kjsp?RH=13370760119>