

Anne-Gaëlle JOLIVOT

Conservatoire national des arts et métiers (Cnam)
292 rue Saint-Martin
75141 Paris Cedex 03
Équipe Innovation (EPN 16)
Laboratoire Lirsa
Email : anne-gaëlle.jolivot@lecnam.net
Bureau 55 situé à l'accès 39, 2^{ème} étage, 2 rue Conté, 75003 Paris

Fonctions actuelles

Maître de conférences en Marketing

Conservatoire National des Arts et Métiers (Cnam), Paris, France, depuis 2005.

Membre du conseil et du bureau du Laboratoire interdisciplinaire de recherches en sciences de l'action (Lirsa), équipe d'accueil du Cnam (EA4603) qui regroupe plus de 120 chercheurs et chercheuses et près de 70 doctorantes et doctorants.

Intérêts de recherche

Processus décisionnel du consommateur et concurrence entre les marques (ensemble de considération), gestion de la marque à l'international, recherche marketing à l'international, anthropologie de la consommation et méthode ethnographique appliquée au marketing international.

Membre d'Esomar (European Society for Opinion and Market Research) et de l'AFM (Association française du marketing).

Formation

Doctorat ès Sciences de Gestion (Marketing)

Université Aix-Marseille III (IAE), 2001.

Titre : Contributions à l'étude de la composition de l'ensemble de considération.

Soutenance : 19 décembre 2001, Université Aix-Marseille III (IAE).

Mention : Très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité.

Directeur : Jean-Louis CHANDON, Professeur, U Aix-Marseille III (IAE)

Rapporteurs : Gilles LAURENT, Professeur, HEC Paris

Christian PINSON, Professeur, INSEAD

Suffragants : Pierre-Louis DUBOIS, Professeur, Université Panthéon-Assas
Dwight MERUNKA, Professeur, U Aix-Marseille III (IAE)

D.E.A. ès Sciences de Gestion (majeur marketing – mineur GRH)

Université Aix-Marseille III (IAE), 1995.

Autres expériences professionnelles

Professeure adjointe

HEC Montréal, Canada, agréments AACSB International, EQUIS et AMBA, 2002-2005.

Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche à temps plein

- Université Lyon I (IUT), France, 1999-2000 ;
- Université de Nantes (I.U.T), France, 1998-1999.

Chargée d'enseignement

- ESA (Ecole Supérieure des Affaires) Beyrouth, Liban, 2009-2018 ;
- North China University, Shanxi, Chine, 2012-2013 ;
- Université Aix-Marseille II, Faculté des sciences économiques et de gestion, 2009-2016 ;
- IAE Bordeaux, 2009-2011 ;
- ESCP Europe, 2007-2015 ;
- ENSCP - Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Paris, 2005-2013 ;
- ESC Toulouse - Campus TBS Barcelone, 2011-2012 ;
- IAE Gustave Eiffel (Université Paris XII), 2005-2013 ;
- Grenoble Ecole de Management, France, 2001-2003 ;
- Euromed (ESC) Marseille, France, 2001-2003 ;
- Université Aix-Marseille III (IAE), France, 2001-2003 ;
- Université Aix-Marseille II (IUT), France, 1996-1998 ;
- École Supérieure des Dirigeants d'Entreprises, France, 1996-1999 ;
- Chambre de Commerce de Marseille-Provence, France, 1995-1998.

Activités scientifiques

Section CNU : 06

Ouvrages individuels :

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

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

Chapitres d'ouvrages :

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

Articles dans des revues à comité de lecture :

Pénicaud M. and Jolivot A.-G. (2023), "Consuming the divine grace: circulations and ritual re-uses of votive materiality in pilgrimage spaces", *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol 26 Issue 2, pp. 103-132.

Actes publiés de conférences internationales, congrès et colloques :

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.

Hamzaoui L. et Jolivot A.-G. (2005), "The Effects of Country of Design, Country of Manufacture and Brand Image on Consumer Perceptions of Product Quality", European Marketing Academy Conference, Milan, Italie, 24-27 mai.

Ambroise L., Ferrandi J.-M., Jolivot A.-G., Merunka D., Valette-Florence P. et Zine-Danguir S. (2004), "Modeling and Measuring Brand Personality: A Cross-Cultural Application", Cross Cultural Research Conference, 9, Half Moon Bay, Rose Hall, Jamaica, December 11-14.

Jolivot A.-G. et Maisonnas S. (2004), "Ensemble de considération hiérarchisé et éléments de service : application au secteur de la restauration rapide", Congrès de l'Association francophone pour le savoir – ACFAS, 72, Montréal, UQAM, Canada, 10-20 mai.

Maisonnas S. et Jolivot A.-G. (2004), "Application de l'échelle SERVQUAL aux relations interentreprises : mesure de la qualité des services au sein d'un canal de distribution du secteur des assurances", Congrès de l'Association francophone pour le savoir – ACFAS, 72, Montréal, UQAM, Canada, 10-20 mai.

Jolivot A.-G. et Chandon J.-L. (2002), "Contribution à l'étude de la taille de l'ensemble de considération : une application aux enseignes de restauration", Congrès sur les Tendances du marketing en Europe, 2, Paris, ESCP Europe, 25-26 janvier.

Jolivot A.-G. (1998), "Trente années de recherche sur l'ensemble de considération : un état de l'art", Actes de l'Association Française du Marketing, 14, Bordeaux, 561-593.

Chercheur invité : HEC Montréal, département marketing, 3e plus important département de recherche qualitative d'Amérique du Nord, février-avril 2017.

Reviewer pour des revues ou conférences :

- International Journal of Arts Management (2004, 2005),
- East-West Journal of Economics and Business (2007),
- Recherche et Applications en Marketing (2012),
- Gestion (2007),
- Congrès de l'Association Française du Marketing (2008 à 2011),
- Congrès de l'ASAC - Administrative Sciences Association of Canada (2005).

Encadrement scientifique : Encadrement de plus de 250 projets de fin d'études de Master 2 (Recherche ou professionnel) au Cnam, à l'École Supérieure des Affaires de Beyrouth, et à HEC Montréal.

Membre de comités de sélection de recrutement de Maîtres de Conférences : Cnam, IAE Bordeaux, IAE Amiens.

Responsabilités et activités au sein des sociétés savantes :

- ANVIE (Association nationale de valorisation interdisciplinaire de la recherche en sciences humaines et sociales auprès des entreprises) : Experte invitée au Cycle Marketing - nouvelles approches de la segmentation en novembre 2008 à Paris.
- Atlas-AFMI (Association Francophone de Management International) : Membre du comité organisateur du 1er colloque ATLAS-AFMI de mai 2011 à Paris.
- AIMAC (Association internationale de management des arts et de la culture) : Membre du comité organisateur de la 8ième Conférence internationale de management des arts et de la culture en 2005 à Montréal.
- Association for Management and Business Administration (EDAMBA), 6ème école d'été de l'European Doctoral Programmes Association for Management and Business Administration, Château de Bonas, France, 26-31 juillet 1997.

Subventions de recherche obtenues :

- Allocation de 3 500 € Programme "Initiative Post-Doc" (290 demandes ont été reçues, dont 140 ont été retenues pour un financement dans le cadre de l'appel à propositions 2005).
- Globale, vous avez dit globale ? En quête d'une définition de la notion de marque globale, fond d'HEC Montréal pour l'aide au démarrage d'un projet de recherche (4 500 \$CAN), de 2004 à 2005.
- Environnement de vente et magasinage au masculin : une application au secteur des cosmétiques, fond d'HEC Montréal (10 000 \$CAN) de 2003 à 2004, avec P. Balloffet, Professeur agrégé, HEC Montréal.

Activités pédagogiques

Montage, direction et animation de diplômes :

- Responsabilité pédagogique de la M. Sc. en marketing (équivalent D.E.A.), HEC Montréal, 2002-2005.
- Responsabilité pédagogique de la Licence en Gestion Commerce international, Cnam, 2005-2012.
- Co-responsabilité pédagogique du Master 2 en Développement International des Entreprises, Cnam, 2005-2012.
- Responsabilité pédagogique du Master International Business and Corporate Development, Cnam, 2010-2023.

Chargée du développement et du maintien des coopérations avec des universités étrangères : Guangzhou University Canton (Chine), Zhengzhou University (Chine), North China University Shanxi (Chine), Beijing University of Technology (Chine), South East University Nanjing (Chine), South China University of Technology Canton (Chine), RUDN Moscou (Russie).

Encadrement d'étudiants dans des compétitions internationales interuniversitaires organisées par des entreprises :

- GMC - Global Management Challenge Euromanagement en 2014 (coaching en marketing, Cnam-IIM dans les 7 finalistes)
- Défi Marketing en 2003, 2004 et 2005 (préparation des étudiants au pitch)
- Relève Publicitaire en 2004 (préparation des étudiants au pitch)
- L'Oréal Marketing Award en 2003 (suivi des rencontres avec les professionnels)
- Happening Marketing en 2003 (module cas marketing : étudiants classés 1ers).

Types d'enseignements : en français et en anglais, en présentiel et en formation ouverte à distance (FOAD), en formation HTT (Hors temps de travail) et initiale, en journée et le soir, cours magistraux et travaux dirigés.

Thématiques: management of the firm, international development strategy, international marketing, recherche académique en marketing, études de marché, marketing international, marketing pour ingénieurs, marketing territorial, marketing fondamental, stratégies d'internationalisation des entreprises, gestion budgétaire, informatique, méthodologie du projet de fin d'études-mémoire de Master.

Tous publics (Étudiants français et étudiants étrangers, formation initiale, formation continue, formation professionnelle) et **tous niveaux de diplômes** (Bac + 2 (IUT), Bac + 3 (Licence), Bac +4 (Titres professionnels, Master 1), Bac+5 (Master 2 et Mastères en Université, Grandes Écoles de commerce et d'Ingénieurs), Certifications professionnelles, Doctorat) **et tous types d'institutions** (Universités, IAE, IUT, Chambres de commerce, Grandes écoles de commerce, Grandes écoles d'ingénieurs).

Dans 17 institutions différentes (dont le Cnam) en France et à l'étranger :

- Chambre de Commerce de Marseille – Centre d'aide à la création d'entreprise
- École Nationale Supérieure de Chimie de Paris
- École Supérieure des Affaires, Beyrouth, Liban
- École Supérieure des Dirigeants d'Entreprises de Marseille
- ESC Toulouse - Campus TBS Barcelone, Espagne
- ESCP Europe

- Euromed Marseille
- Grenoble Ecole de Management
- HEC Montréal, Canada
- IUT de Saint-Nazaire
- IUT de Villeurbanne
- IUT Aix-Marseille II
- IAE Aix-en-Provence
- IAE Bordeaux
- IAE Paris 12 Gustave Eiffel
- North China University – Shanxi, Chine
- Cnam Liban, Cnam Ile-de-France, Cnam Hauts de France

Activités administratives

Membre élu :

- Conseil de perfectionnement, Cnam, 2005-2009 et 2009-2010.
- Commission de la Recherche Scientifique, Cnam, 2005-2009 et 2009-2010.
- Commission des études, Cnam, 2005-2009 et 2009-2010.
- Conseil de l'École Management et Société, Cnam, 2010-2016.
- Conseil de département MIP, Cnam, 2010-2016.
- Conseil de l'Équipe Pédagogique Nationale Innovation EPN16, Cnam, 2016-2021.

Missions et gestion de projets :

- Mise en place des examens nationaux avec les centres régionaux du Cnam, 2006-2009.
- Chargée des relations internationales du DESS Communication Marketing, HEC Montréal, 2003-2005.
- Chargée de communication du Laboratoire de recherche Lirsa-Cnam : plaquettes de communication et lettre d'information, depuis 2019.

Membre de Jurys :

- Jurys de délivrance des diplômes en Économie et gestion (titres RNCP, licence, master) du Cnam, 2005-2012.
- Jury de recrutements (HEC Montréal, Cnam, IAE Aix, IUT).
- Jury d'examen des projets professionnels des BTS Communication visuelle, Académie de Paris.
- Jury de soutenances de projets tuteurés (IUT).
- Jury de délivrance du DUT (IUT) et de passages en 2ème année (IUT).

Référent :

- VAE des Diplômes en Économie Gestion, Cnam, depuis 2005.
- VES des diplômes en Économie Gestion, Cnam, depuis 2005.

Autres activités administratives :

- Dossiers de réhabilitation de diplômés (Master Commerce international, Master International Business and Corporate Development, titre RNCP de niveau II Responsable de Gestion, titre RNCP de niveau III CPN22 Assistant de Gestion).
- Examen des demandes d'agrément et décisions d'agrément des candidatures d'inscriptions en unités d'enseignement soumises à agréments.
- Examen des demandes d'agrément et décisions d'agrément des enseignants aux unités d'enseignement dans les centres régionaux du Cnam.