

Vessélina TOSSAN
Maître de Conférences en Sciences de Gestion (CNU 06)
Conservatoire National des Arts et Métiers depuis janvier 2013
EPN Stratégies –Laboratoire Lirsa
vesselina.tossan@lecnam.net
tel : 06 11 18 24



DIPLÔMES ET FORMATION

Novembre 2003 : Doctorat ès Sciences de Gestion, mention très honorable, sous la direction de Jean-Claude Moisdon et Thierry Weil, Centre de Gestion Scientifique de l'Ecole des Mines de Paris

Intitulé de la thèse : Le management de l'innovation dans un groupe multidivisionnel de services, quelle instrumentation sous-jacente ?

Président du Jury : Raymond-Alain Thiétart, professeur Université Paris IX Dauphine

Rapporteurs : Florence Durieux, professeure Université Evry-Val-d'Essonne
Dominique Jacquet, professeur Université Paris X Nanterre

Septembre 2000 : DEA marketing et stratégie, Université Paris IX Dauphine

Juin 1982 : HEC (Diplôme des Hautes Etudes Commerciales) , option Affaires Internationales

Septembre 1978 – Juin 1979 : classe préparatoire aux Hautes Etudes Commerciales, lycée Henri IV, ai intégré HEC (30^{ème}) et l'ESCP (75^{ème})

RECHERCHES ET PUBLICATIONS

REVUES ACADÉMIQUES AVEC COMITÉ DE LECTURE

Pike S., Kotsi F., Tossan V. (2018) Stopover destination image : A comparison of salient attributes elicited from French and Australian travelers, *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 160-165

Simon F., Tossan V. (2018) Does brand-consumer social sharing matter ? A relational framework of customer engagement to brand-hosted social media, *Journal of Business Research* 85 175-184

Cacho-Elizondo S., Shahidi N., Tossan V. (2018) Assessment of a mobile Educational Coaching App : Exploring Adoption Patterns and Barriers in France, Silvia Cacho-Elizondo, Niousha Shahidi, Vessélina Tossan, *International Journal of Technology and Human Interaction* (2018), Volume 14, Issue 1

Schuster L., Tossan V. and Drennan J., Consumer Acceptance of Health Services: A Comparison of Behavioral Intention Models, *Services Marketing Quarterly*, (2016) Volume 38, Number 3

Masson J., Tossan V., Abbas W., Adolphe D., Schacher L. (2015) La marque ou une mention innovante permet-elle de compenser l'impossibilité de toucher le produit par les consommateurs?), *Revue Française du Marketing*, N° 253, p.61-73

Tossan V., Chebbi H. (2014) Le système de croyances des étudiants au sujet de leurs intentions entrepreneuriales : apport de la cartographie cognitive, *Revue Management et Avenir*, Issue 68, p.32-53

Simon F., Tossan V., Connan Guesquière C. (2013), The relative impact of gratitude and transactional satisfaction on post-complaint consumer response, *Marketing Letters*, Dec 6

Cacho-Elizondo S., Shahidi N., Tossan V. (2013) Intention to Adopt a Text Message-Based mobile Coaching Service to Help Stop Smoking: Which Explanatory Variables, *International Journal of Technology & Human Interaction: Special Issue on Mobility and Human Interaction*, Volume 9, issue 4

Andrews L., Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V.(2013), Consumer Acceptance of an SMS-based Smoking Cessation Program: A Multi Country Study, *Health Marketing Quarterly*, vol. 30, n°1

Cacho-Elizondo S. and Tossan V. (2010), Young adults attitudes towards SMS and MMS coaching services for tobacco cessation initiatives in France: an exploratory study, *Revista Romana de Marketing*, n°1 Juin

Tossan V. (2008) Manager l'innovation dans un grand groupe par l'autoévaluation des centres de profit, *Décisions Marketing*, n°51 Juillet-Septembre

COMMUNICATIONS DANS DES COLLOQUES AVEC COMITÉ DE LECTURE

Shahidi N., Cacho-Elizondo S., Tossan V. (2019) Technology-based Services enhancing Students' Learning Experiences: A Cross-Cultural Assessment of Key factors explaining Adoption Patterns of an Educational Coaching App, *R&D Management Conference, Bridging Research, Industry and Society*, Ecole Polytechnique, HEC Paris, June 17-21

Cacho-Elizondo S., Shahidi N. and Tossan V. (2016) Educational Mobile Coaching: Exploring Adoption Patterns and Barriers, *15th International Conference Marketing Trends*, Venise 19-21 janvier

Tossan V. and Williams E. (2015) Leadership style and influences: a comparison of women entrepreneurs in the United States and France, *Colloque Women in Top Management Teams, Trends and Future Challenges*, , June 19, 2015, Paris 1 La Sorbonne

Williams E., Etzol P., Tossan V., Sheffield R. (2014) Words Matter: Recognizing the Power of Gendered Language in Entrepreneurship The 5th George Washington University Global Entrepreneurship Research and Policy Conference, Washington DC, USA

Williams E., Etzol P., Tossan V., Sheffield R. (2014), The cognitive and affective dimensions of gendered language in entrepreneurship, *International Council For Small Businesses*, Dublin, Ireland, 11-14 June

Simon F., Connan Ghesquière C., Tossan V. (2013), Contribution of gratitude to satisfaction models for complaining customers, customer empowerment, 10-11 janvier, Karlsruhe, Allemagne

Mercanti-Guérin M., Tossan V. (2012), Quand le Web redécouvre une frontière oubliée : les sites marchands « Made in France », FNEGE Etats Généraux du Management, Strasbourg, 11 octobre

Wedian Abbas W., Schacher L., Adolphe D., Tossan V., Masson J. (2012) A study of tailor ability of textile products, AUTEX, 13-15 june, Zadar, Croatia

Cacho-Elizondo S., Shahidi N. and Tossan V. (2012) A study of Mobile Coaching Services to support Smoking Cessation Initiatives, 11th International Conference Marketing Trends, Venice, 19-21 janvier

Andrews L., Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V. (2011) Un estudio intercultural sobre la adopción de un servicio de e-salud: El caso de un servicio de acompañamiento para dejar de fumar en Australia, Francia y México, 10th International Conference Marketing Trends, Paris, 20-22 janvier

Andrews L., Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V. (2010) Examining the Gendered Aspects of Consumer Acceptance of an SMS-Assisted Smoking Cessation Program, Conference of Health Marketing, Brisbane, Australia, July 15th

Andrews L., Cacho-Elizondo S., Drennan J. and Tossan V. (2010) Using TAM to examine Consumer Acceptance of a Mobile Phone Assisted Smoking Cessation Program in Australia, EMAC (*European Marketing Association Conference*), Copenhagen, juin 1er

Chebbi H., Tossan V. (2010) Les systèmes de croyances des étudiants autour de leurs intentions entrepreneuriales (2010), colloque OCRE-EDC Paris Business School, Sousse, Tunisie, 13-15 mai

Cacho-Elizondo S., Shahidi N. et Tossan V. (2010) Les attitudes envers les services d'accompagnement mobiles en France: le cas du coaching à distance pour le sevrage tabagique, 9th International Conference Marketing Trends, Venice, 21-23 janvier

Cacho-Elizondo S. and Tossan V. (2008) Young adults attitudes towards SMS and MMS coaching services for tobacco cessation initiatives in France: an exploratory study, EMAC (*European Marketing Association Conference*), Brighton, UK, 28 mai-1 juin

Cacho-Elizondo S. et Tossan V. (2008) Aider une PME à développer un service innovant de coaching par sms pour accompagner le sevrage du tabac: une étude exploratoire en France, Colloque EDC Entrepreneuriat et Développement Durable, Paris, juin

Tossan V. (2007) Innovation et développement durable: opportunités et contraintes, Colloque Entrepreneuriat et Développement Durable, EDC-SIFE Paris, juin

CHAPITRES D'OUVRAGES

Giving Up Smoking Using Messages on Your Mobile Phone (chap 4, p.71) in Human Behavior Psychology and Social Interaction in the Digital Era (2015) by A. Mesquita and Chia-Wen Tsai, Information Science Reference, an Input of IGI Global

What will Entail Adoption of a Mobile Coaching Service (chap 21, p.455) in Handbook of Research on the Evolution of IT and the Rise of E-Society (2019), IGI Global

MODULE D'E-LEARNING/SPOC

Le brainstorming (2004) édité par la société Crossknowledge

SPOC TOURNE POUR LE MEDEF(2016) AU SEIN DU CNAM : INTERNATIONALISATION ET APPROCHE INTERCULTURELLE

CAS PÉDAGOGIQUES PUBLIÉS A LA CCMP

TOO GOOD TO GO, COMMENT DEVELOPPER L'USAGE DE CETTE APPLICATION PAR LES JEUNES (2020)

RENAULT FRANCE, MARKETING DIGITAL INBOUND AND OUTBOUND (2020)

GRDF, l'innovation au service de la transition énergétique (2019)

ARMANI, WHICH STRATEGY TO RELAUNCH THE GROWTH OF AN ITALIAN LUXURY GROUP? (2018)

ARMANI, QUELLE STRATEGIE POUR RELANCER LA CROISSANCE D'UN GROUPE DE LUXE ITALIEN (2017)

L'OCCITANE EN PROVENCE, A NEW CHALLENGE FOR THE CUSTOMER RELATIONSHIP (2017)

L'OCCITANE EN PROVENCE: NOUVEAU DEFİ POUR LA RELATION CLIENT(2017)

SPA, A LA CONQUETE DES JEUNES DONATEURS, ETUDE QUANTITATIVE (2018)

SPA, à la conquête des jeunes donateurs, étude qualitative (2016)

Simone Pérèle, the digital's undersecrets (2017)

Simone Pérèle, les dessous du digital (2017)

Michel et Augustin : diagnostic de la marque et développement (2016)

Michel et Augustin : brand diagnosis and development (2016)

The Petit Navire Fish Steaks : innovation in the canned fish department (2014)

Pavés de poisson Petit Navire : innovation au rayon des conserves de poisson (2014)

Gamescape et les mondes virtuels (2008)

Nivea Bath Care: diagnostic et plan marketing (2006)

ARTICLES EN SOUMISSION OU RE-SOUMISSION

Management Support and Learning from Intrapreneurial “Nearlings”: Insights from a Large French Energy Company, dans Journal of Engineering Technology Management rang 3 CNRS

French leadership: exploring organizational leadership in French contexts dans European Journal of Work and Organizational psychology rang 4 CNRS

A Cross-Cultural Study on Adoption Patterns of Mobile Educational Coaching Apps Journal of Global Information Management

La classification des individus face au partage des données personnelles : le cas de l'application StopCovid, Management et Avenir

ACTIVITÉS EN MATIÈRES D'ENCADREMENT PÉDAGOGIQUE ET ADMINISTRATIF ET D'ENSEIGNEMENT

RESPONSABILITÉS PÉDAGOGIQUES ET ADMINISTRATIVES

- Encadrement de mémoires du Master 2 Vente et Distribution de l'ICSV, Final Projects du MBA et projets du MIM1 au Cnam depuis 2013,
- Co-responsable du Master Management Interculturel et Affaires Internationales (Master LEA), à la Faculté des Sciences Economiques Sociales et Juridiques, Université de Haute Alsace, 2010-2012 : recrutement, encadrement des stages, promotion du Master, relations avec les intervenants
- Coordinatrice des enseignements du H-MBA du Cnam 2013-2015, **ai contribué au lancement de cette formule d'apprentissage hybride du MBA du Cnam en 2013 en convainquant les professeurs d'y enseigner en enregistrant leurs cours, en bâtissant des scénarios pédagogiques et en enregistrant des vidéos pour l'enseignement du marketing que j'ai assuré en français et en anglais**, en auditionnant des candidats ; j'étais responsable académique du H-MBA mais compte tenu de l'évolution du MBA qui permet de démarrer en format Hybride pour passer en format présentiel ou le contraire je n'ai plus ce titre
- Co-responsable de l'US 1853 Management et marketing stratégique
- Participe au recrutement des auditeurs du MBA et aux JPO du Cnam
- Elue titulaire au Conseil de l'EPN Stratégie Collège 2 en 2017