



**Prénom NOM :** Amélie CLAUZEL

**Email :** [aclauzel@iscparis.com](mailto:aclauzel@iscparis.com)

**Pole d'enseignement :** Marketing et relations commerciales

**Tel :** 01 40 53 99 99

**Domaine(s) d'enseignement :** Marketing, Comportement du consommateur

**Date de naissance :** 08 11 1981

**1ère date de recrutement à l'ISC :** 2012

**Nationalité 1 :** française

**Participating or supporting :** Participating

**Qualification :** SA

**Education** (type de diplôme, discipline, institution, pays, année d'obtention, mention)

- Doctorat, Sciences de Gestion, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France, 2007, Mention très honorable avec félicitations du jury, Lauréate de la Bourse Louis Forest - Chancellerie des Universités de Paris
- DEA, Sciences de Gestion, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France, 2004
- CAPET Economie et Gestion commerciale, Académie de Paris, France, 2004
- Maîtrise de Sciences de Gestion (MSG), Université Versailles Saint Quentin en Yvelines, France, 2001-2003
- DEUG de Sciences économiques, Université Paris X – Nanterre, 1999 -2001
- Classe Préparatoire ENS-Cachan (D2), Ecole Nationale de Commerce de Paris - Bessières, 1999 -2001
- Baccalauréat, Economique et Social/Mathématiques, lycée Chaptal, Paris, 1999

**Expérience pédagogique exercé au sein de l'ISC Paris** (titre du cours + programme\* + année à cocher)

Titre du cours	B*	PGE	MBA	Ex. Ed	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Gestion et développement de produits nouveaux		X			X	X	X	X
Gestion et développement de produits nouveaux			X		X	X	X	X
Innovations de service		X			X	X	X	
Innovations de service			X		X	X	X	
SPSS et études quantitatives		X					X	
SPSS et études quantitatives			X				X	
Etudes quantitatives			X					X
Marketing du tourisme et industrie du voyage			X			X		
Marketing du tourisme		X						X
La marque de service		X						X
Mémoire d'étude et de recherche		X						X

\*Programme ISC: B= Bachelor, PGE=Programme Grande Ecole, Ex. Ed = Executive education

**Expérience pédagogique en dehors de l'ISC Paris** (titre du cours + institution + niveau\*)

Titre du cours et Institution	B(L3)	M	D	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
Marketing, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	X			X	X		
Théories de l'entreprise, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	X				X	X	X
Techniques Quantitatives de Gestion, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	X				X	X	X
Microéconomie, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	X					X	X
Statistiques et Probabilités, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	X			X	X		
Comptabilité Analytique, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne	X					X	X

Titre du cours et Institution	B	M	D	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Marketing Fondamental, Université d'Evry, Université Paris 1	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Marketing Stratégique, Université d'Evry		X		X	X	X	X	X				
Marketing International, Université d'Evry, Université Paris 1		X		X	X	X	X	X				X
Marketing de l'innovation, Université Paris 1		X							X	X	X	X
Stratégie, contrôle et marketing, Université d'Evry		X			X	X						
Stratégie, Université Paris 1		X							X			
Sociologie et comportement du client en groupe, Université d'Evry	X			X	X							
Études et Recherches en Marketing : Méthodes qualitatives et quantitatives, Université d'Evry ; Université Paris 1		X		X	X	X	X	X	X	X	X	
Probabilités et Statistiques, Université Paris 1	X								X	X	X	X
Méthodologie qualitative et ethnographie, Néoma		X								X		
Méthodologie, Université d'Evry ; Institut Catholique de Paris ; Université Paris 1		X		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestion de la Relation Client, Université d'Evry		X		X	X	X						
Customer Relationship Management (cours en anglais), Université Normale de Shanghai		X		X								
Comportement du consommateur, Université d'Evry, Université Paris 1		X		X	X	X	X	X	X	X	X	
Comportement du touriste, ISEE/Institut Catholique de Paris		X				X	X	X				
Marketing de la Restauration et du tourisme, Iufm/Université de Cergy-Pontoise ; ISEE Paris/Institut Catholique de Paris				X	X	X	X					
Prospection commerciale en tourisme, Université de Cergy-Pontoise						X	X					
Outils de promotion en hôtellerie, ESCTroyes		X		X								
Marketing touristique et hôtelier, Université de Cergy-Pontoise		X					X	X				
Tutorats de mémoires (L3, M1, M2), Université d'Evry ; Université Paris 1	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X

\*Niveau: B=Bachelor, M=Master, D=doctorat, Ex. Ed = Executive Education

### Responsabilités pédagogiques au sein de l'ISC Paris

2015- Responsable d'une spécialisation-3<sup>ème</sup> année, « Marketing et management des Services (Sport et Tourisme) », ISC Paris

### Responsabilités pédagogiques et administratives en dehors de l'ISC Paris

2013- Coordination des stages de Master 1, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne

2008 – 2011 Responsable de la Licence 3 Sciences de Gestion mention « marketing-achat », 2008-2011, 60 étudiants en apprentissage et en formation initiale ; Responsable de la Licence 3 Sciences de Gestion (aujourd'hui « contrôle, comptabilité » et « marketing, achat »), 120 étudiants, 2008-2009, en apprentissage et en formation initiale.

### **Carrière professionnelle et académique** (date de début et de fin, poste, entreprise, ville, pays)

2014-auj. Maître de conférences, Université Paris I Panthéon Sorbonne, Laboratoire PRISM Sorbonne, France

2008-2014 Maître de conférences, Université Evry Val d'Essonne, France, Chercheur à l'Institut de Recherche en Gestion (IRG), Université Paris Est – Créteil (2008 – 2013)

### Autres activités

- Activités de rapporteur : Journal of Consumer Marketing, Revue Française du Marketing (RFM), Recherche et Applications en Marketing (RAM), numéro spécial « marketing des services », Colloque Etienne Thil, Congrès international de l'AFM (Association Française du Marketing), Journée de recherche du LITEM (25 mars 2015), journée de recherche « relation-client et innovations » (juin 2015)
- Association académique : Membre de l'Association Française de Marketing (AFM), depuis 2003
- Membre du jury du Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion (DSCG), UE6, UE7
- Membre de comités de sélection (Université de Lorraine, Université Paris-Est)
- Membre élu du CNU, section 06

### **Bourses et distinctions**

Lauréate de la Bourse Louis Forest - Chancellerie des Universités de Paris, 2006

**Contributions intellectuelles** du Septembre 2009 à mai 2016 (classer par type comme indiqué ci-dessous avec le nom de tous les auteurs, l'année (ou forthcoming), titre, nom de la revue/éditeur/conférence etc, lieu...)

### Revue avec comité de lecture

Clauzel, A., Riché, C. et Vidal, M. (2016). Origine continentale du visiteur et expérience au musée : une approche interculturelle des avis en ligne. *Revue Française du Marketing*, forthcoming. [Fnege, rang 4]

Clauzel, A., Lombardot, E. et Riché, C. (2016). Manger local au restaurant : un nouveau marché, de nouvelles attentes ? *Gestion 2000*. [Fnege, rang 4]

Clauzel, A. et Riché, C. (2016). Quand le consommateur partage son avis en ligne : une approche comparative en hôtellerie et restauration : Le cas des seniors. *La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion*, forthcoming. [Fnege, rang 4]

Clauzel, A., & Riché, C. (2015). Socio-spatial distance during the service delivery process: the case of restaurants / Rencontre de service et rôle de la distance sociospatiale: le cas des restaurants. *Recherche et Applications en Marketing*, 30(2), 4-29. [Fnege, rang 2]

Damay, C., Guichard, N., & Clauzel, A. (2014). Effets de forme et de terminaison des prix : une comparaison enfants-adultes. *Management & Avenir*, 72(6), 91-112. [Fnege, rang 4]

Clauzel, A., & Riché, C. (2014). Évaluation en ligne et récits d'expériences au restaurant : quels effets de l'âge de l'évaluateur ? *Gestion 2000*, 31(5), 75-91. [Fnege, rang 4]

Damay, C., Guichard, N., & Clauzel, A. (2014). Children's price knowledge. *Young Consumers*, 15(2), 167-177.

Riché, C., Vidal, M., & Clauzel, A. (2014). Transmettre son expérience au musée par les avis en ligne: tout dépend du sexe!. *Question(s) de management*, 1(5), 89-102. [Fnege, revue émergente]

Clauzel, A., & Riché, C. (2013). Relation-client et gestion du temps de consommation : quel rôle du sourire du personnel en contact en restauration ? *Revue française du marketing*, (244), 95-111. [Fnege, rang 4]

Clauzel, A., & Montargot, N. (2013). Recommandations en ligne et place du personnel en contact. Le cas des produits hôteliers. *Revue française du marketing*, (241), 59-72. [Fnege, rang 4]

Damay, C., Guichard, N., & Clauzel, A. (2011). When children confront prices: an approach based on price presentation. *Journal of Product & Brand Management*, 20(7), 514-525. [Fnege, rang 4]

#### Autres publications

Clauzel A., Le Hégarat B. et Riché C. (2016), Des applications mobiles pour renforcer la fréquentation des musées, *Revue JurisArt*, Editions Dalloz.

Riché, C. et Clauzel A.. (2015) Cocréation : enjeux et perspectives, arrêt sur image, *Revue JurisArt*, Editions Dalloz, n°25.

#### Actes dans une conférence académique ou professionnelle

Clauzel A. (2016), *Un peu plus d'espace entre les tables SVP !* Mesurer les effets de la distance entre coclients sur leurs choix de consommation : une proposition d'adaptation de la méthode de Mantel, *Journée sur les méthodologies transversales en sciences de gestion*.

Le Hégarat B., Canel B., Clauzel A. et Riché C. (2016), « Mon trophée, ma bataille » exploration de l'expérience de chapardage en magasin : quelles composantes socio-émotionnelles ? *32ème congrès de l'AFM*, Lyon.

Clauzel A., Guichard N., Riché C. (2016), « Papa, pourquoi tu jettes cette tomate ? Elle est toujours bonne, c'est la maitresse qui l'a dit ». Dynamique décisionnelle familiale et apprentissage réciproque des comportements anti-gaspillage, *32ème congrès de l'AFM*, Lyon.

Clauzel A., Guichard N., Loisel JP., Riché C. (2015), Je jette un œuf, nous jetons un bœuf ! Le rôle de la dimension interpersonnelle dans le gaspillage alimentaire familial, *14<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Angers, 26-27 novembre.

Clauzel A. et Riché C. (2015), Dis-moi avec qui tu manges, je te dirai ce que tu choisis ! Entre conformisme et recherche de variété: quels impacts du lien affinitaire sur les décisions individuelles prises en groupe?, *14<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Angers, 26-27 novembre.

Clauzel A. et Riché C. (2015) Faut-il toujours sourire au client lors de rencontres de service ? Une approche perceptuelle par les personnels en contact en hôtellerie, *18<sup>ème</sup> Colloque Etienne Thil*, Paris, Octobre.

Clauzel A., Riché C. et Vidal M. (2015) Quels mots pour le dire ? Effets de la gratuité des musées sur l'évaluation des visiteurs et leur expérience commentée en ligne, *XIIIth International Conference on Arts & Cultural Management*, AIMAC, Aix Marseille, 2-4 juillet, *accepté*.

(2015) Clauzel A., Riché C. et Guichard N., Manger seul ou en groupe ? Effets de la taille du groupe de consommateurs sur l'expérience de service, *31<sup>ème</sup> congrès de l'AFM*, Marrakech, 20-22 mai.

(2015) Clauzel A., Le Hégarat B. et Riché C., Nouveaux services culturels et technologies mobiles : quelles valeurs d'usages pour les applications muséales?, *31<sup>ème</sup> congrès de l'AFM*, Marrakech, 20-22 mai.

(2014) Clauzel A., Guichard N. et Damay C., Séjour familial en hôtel haut de gamme : partageons notre avis en ligne !, *13<sup>ème</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Rouen, 27-28 novembre.

(2014) Clauzel A. et Riché C., « Venez comme vous êtes » ... mais ne me dérangez pas ! Une exploration de l'atmosphère interpersonnelle lors d'expériences de consommation en restauration rapide, *17<sup>ème</sup> Colloque Etienne Thil*, Paris, 16-17 octobre.

(2014) Clauzel A., Riché C. et Vidal M., The words to describe an exhibition: effects of museums' entrance fees on visitors' online reviews, *18th International Conference on Cultural Economics*, Montréal, Canada, 24-27 juin, *accepté*.

(2014) Clauzel A., Lombardot E., Riché C. et Maximin C., De la terre à la table : critères d'évaluation des consommateurs à l'égard des restaurants locavores, *30<sup>ème</sup> congrès de l'AFM*, Montpellier, 14-16 mai.

(2013) Clauzel A., Riché C. et Vidal M., La transmission en ligne de l'expérience muséale : impacts du sexe du e-contributeur, *Journée de Recherche « Transmissions : regards transdisciplinaires »*, *Propédia (IGS)/35*, 12 décembre.

(2013) Clauzel A. et Riché C., Lafourchette.com : Plus je contribue, mieux j'évalue ? Le rôle de la familiarité de l'e-évaluateur en bistronomie, *16<sup>ème</sup> Colloque Etienne Thil*, Paris, 2-4 octobre.

(2013) Clauzel A. et Montargot N., Consommateurs déviants : quelles stratégies de *coping* de la force de vente ? Une exploration appliquée aux interactions de services dans l'hôtellerie, *29<sup>ème</sup> congrès de l'AFM*, La Rochelle, 16-17 mai.

(2012) Clauzel A. et Riché C., Le rôle de la distance sociospatiale dans la livraison du service à table : un consommateur en recherche de convivialité ?, *15<sup>ème</sup> Colloque Etienne Thil*, Lille, 29-30 novembre.

(2012) Damay C. et Guichard N. et Clauzel A., Knowledge of price by children, *the 11th International Marketing Trends Conference*, ESCP-EAP, Università Ca' Foscari, Venice (Italy), 19-21 January.

(2010) Damay C. et Guichard N. et Clauzel A., Children facing round and odd prices, *Retail Pricing in a Global Marketplace Conference*, Babson College (USA), 11-13 août.

(2010) Damay C. et Guichard N. et Clauzel A., La forme et la terminaison du prix ont-elles un effet sur les décisions de l'enfant-consommateur ?, *Journée de recherche AFM « Prix, gratuité, don »*, Tours, 14 janvier.

(2009) Clauzel A., L'influence de la distance sociospatiale sur les comportements de consommation: le cas des restaurants, Séminaire de l'IRG, 03 mars, Université Paris-Est Créteil.

#### Manuel scolaire

Clauzel, A., Guichard N. et Riché C. (2016), Le comportement du consommateur, tendances et perspectives, Editions Vuibert, 320 p., à paraître.

Steyer A., Clauzel A., Quester P. (2005), Marketing, une approche quantitative, Pearson Education, collection Synthex, Paris

#### Autres matériels pédagogiques

(2012) CONTRIBUTION A L'OUVRAGE MARKETING MANAGEMENT (KOTLER, DUBOIS, MANCEAU), 14<sup>EME</sup> VERSION

- Questions à Choix Multiple à destination des étudiants et des enseignants, Marketing-Management (Kotler, Dubois & Manceau), CD ROM de la 14<sup>eme</sup> version, Pearson Education, paru en novembre 2012
- Rédaction des diapositives pédagogiques
- Corrigés de vidéos et cas pédagogiques

(2009) CONTRIBUTION A L'OUVRAGE MARKETING MANAGEMENT (KOTLER, DUBOIS, MANCEAU), 13<sup>EME</sup> VERSION

CD-ROM PEDAGOGIQUE

- 1000 Questions à Choix Multiple à destination des étudiants (autoévaluation), Marketing-Management (Kotler, Dubois & Manceau), CD ROM de la 13<sup>eme</sup> version, Pearson Education, paru le 15 juin 2009
- Dictionnaire de marketing français et anglais (2009), Marketing-Management (Kotler, Dubois & Manceau), CD ROM de la 13<sup>eme</sup> version, Pearson Education, paru le 15 juin 2009
- 1000 Questions à Choix Multiple à destination des enseignants (format en ligne), Marketing-Management (Kotler, Dubois & Manceau), 13<sup>eme</sup> version, Pearson Education, paru le 15 août 2009
- 10 résolutions de cas marketing vidéos retranscrits, rédigés et corrigés à destination des enseignants, Marketing-Management (Kotler, Dubois & Manceau), 13<sup>eme</sup> version, Pearson Education, paru le 15 août 2009

SITE COMPAGNON DE L'OUVRAGE

- Rédaction des chapitres sous formes de diapositives, 22 chapitres, paru en novembre 2009
- Réalisation des corrigés de cas pédagogiques de l'ouvrage, paru en novembre 2009

#### **Autres activités en interne à l'ISC**

	<b>2014-2015</b>	<b>2015-2016</b>
Faire du conseil académique ou professionnel auprès des étudiants		
Faire de la recherche au nom de l'ISC Paris		
Participation à des réunions pédagogiques, de recherche, de pôle ou de rentrée	<b>X</b>	<b>X</b>
Contribue à la révision du curriculum (comité de programmes, comités pédagogique, ...)		<b>X</b>
Participe au comité Assurance of Learning (AOL)		
Participe au recrutement des étudiants (oraux de concours, salons, Journée Porte Ouverte...)		<b>X</b>
Participe aux jurys de projets professionnels	<b>X</b>	<b>X</b>
Participe aux jurys de thèse	<b>X</b>	<b>X</b>
Supervise et/ou évalue les rapports de stages et/ou mémoires	<b>X</b>	<b>X</b>

**Langues dans lesquelles vous pouvez enseigner (cochez ceux qui vous correspondent) :**

<b>Français</b>	<b>Anglais</b>	<b>Allemande</b>	<b>Espagnol</b>	<b>Autre (préciser)</b>
X	X			

**Date du CV : 10 06 2016**