



Full name: Catherine Lejealle

Email: clejealle@iscparis.com

Department: Marketing & Commercial Relations

Tel: 01 40 53 99 99

Area of teaching: Digital Marketing and communication

Nationality: French

Date of 1st appointment at ISC Paris: 01/04/2016

Participating or supporting: Participating

Qualification: SA

Education (degree type, discipline, institution, country, year awarded)

PhD. Sociology, Université Paris Descartes Sorbonne, Paris, France, 2007

Engineer, Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications de Bretagne Telecom Bretagne Tech, Brest, France, 1990

Certification and other professional training (name of certificate, year awarded)

CISA, Certified Information System Auditor, 2000

Teaching experience at ISC Paris (class title + program* + year taught –please tick)

Class title	B*	PGE	MBA	Ex. Ed	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Digital Marketing		x							x
Digital Communications and social media		x							x
Case studies		x							x
Case study: thread for the year		x							x
Digital consumer behavior		x							x
Digital Marketing			x						x
Digital Communications and social media			x						x

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

Teaching experience other than ISC Paris (class title + institution + level taught*)

Class title and Institution	B*	M	D	Ex. Ed	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Méthodes qualitatives 6 hours Paris Université 1 Sorbonne Panthéon		x			x	x	x	x	x
Digital communication and digital consumer behavior PSB 12 hours				x	x	x	x	x	x
MBA Digital communication and digital consumer behavior PSB 9 hours			x		x	x	x	x	x

*Level: B=Bachelor, M=Master, D=Doctorate, Ex. Ed = Executive Education

Professional and academic career (date beginning and end, job title, company, city, country)

2004 – 2011: Senior scientist researcher - Télécom Paris Tech

2000 – 2003: Manager telco consulting - Habeas Corpus

2000: CEO and founder Atout Télécom, dedicated to consulting and executive education on digital issues

1998 - 2000: Manager Auditing Technology risks - Arthur Andersen

1996 – 1998: Marketing manager - Cegetel Entreprises-SFR

1990 – 1996: Sales rep dedicated to cloud and facility management solutions -IBM France

Competitive research or professional awards received

Since 2003, every 2-years, elected at Bureau Réseau Thématique RT11 Usages et consommation Association Française de Sociologie (AFS) – last time 1st July 2015

Intellectual contributions over the past 5 years (order by type as indicated below with the author(s) name(s), year (or forthcoming), title, name of the journal/editor/conference etc., place...)

Peer reviewed journals

Lejealle C., Rayna R., Fautrero V. (2013), Les modèles financiers du numérique, *La Revue du Financier*, n°201, p. 17 – 34

Lejealle C. (2012), Usages et enjeux des technologies de communication, *Réseaux*, n° 171, p. 220 – 223

Lejealle C. (2010), Dans quelle mesure la tv mobile est-elle interactive ?", *Tic et Société*, vol 4 n° 1, <http://ticetsociete.revues.org>

Lejealle C. (2009), Le mobile au travail dans l'univers des cadres et des PCS inférieures et selon les genres : réduction ou extension des parts respectives de temps de travail et de loisirs?, *Revue Temporalités*, n 9 « *Les temps sexués de l'activité* » <http://temporalites.revues.org/index978.html>

Lejealle C. (2009), La télévision mobile : une modalité de gestion du lien, complémentaire de celles de la communication, *Réseaux*, n° 156, p. 115 – 134

Research monograph

Lejealle C. (2013), Quelle place les internautes entendent-ils dédier à la sphère commerciale dans leurs usages des médias sociaux ?, *La communication électronique en questions*, Peter Lang Editions, Bern Switzerland <http://www.peterlang.com/index.cfm?event=cmp.ccc.seitenstruktur.detailseiten&seitentyp=produkt&p k=70844&concordeid=431261>

Lejealle C., Teil G.(dir) (2012), A propos de troubles existentiels de certains objets, in *De quelques troubles existentiels d'objets ordinaires*, Sciences de la société, n° 87, p. 3 - 7, Presses Universitaires du Mirail

Lejealle C., Teil G. (dir) (2012), Philosophie des sites de rencontres, in *De quelques troubles existentiels d'objets ordinaires*, Sciences de la société, n° 87, p. 157, Presses Universitaires du Mirail

Lejealle C. (2012), « Le téléphone portable, un support qui s'adapte à toutes les émotions pour gérer tiers présents et distants, au gré des envies », *Connexions : communication numérique et lien social*, Namur, Presses Universitaires de Namur

Lejealle C. (2012), « Quelle place les internautes entendent-ils dédier à la sphère commerciale dans leurs usages des médias ? », *La communication électronique dans la société de l'information*, Paris, Klog Editions

Lejealle C. (2010), *Des Mondes bricolés ? Arts et sciences à l'épreuve de la notion de bricolage*, Presses Polytechniques Universitaires Romandes, collection METIS Lyon Tech

Lejealle C. (2009), « Télévision sur mobile ou télévision mobile ? », *L'évolution des cultures numériques*, Paris, Lejealle C. (Editions FYP)

Lejealle C. (2009), La télévision mobile personnelle est-elle une télévision mobile ou une télévision sur mobile ?, dossier *Ludigo Ubiquité des contenus numériques : un nouveau rapport à l'espace et au temps*, <http://www.lehub-agence.com/newsletter/012/>

Lejealle C. (2009), *La télévision mobile personnelle : usages, contenus et nomadisme*, Paris, L'Harmattan

Lejealle C. (2008), *Les usages du jeu sur le téléphone portable : une mobilisation dynamique des formes de sociabilité*, Paris, L'Harmattan

Academic/professional meeting proceedings

Lejealle C., Ezan P., Dutot V. (2014), Suivre des marques sur Facebook : un dispositif éclairant la relation aux marques des digital natives, Congrès AFM, Montpellier

Lejealle C., Ezan P. (2014), Articulation des interactions entre consommateurs et marques sur Facebook : une recherche exploratoire, Colloque International Marketing Trends, Venise

Lejealle C., Rayna T., Fautrero V. (2013), Can paid-for content help optical fiber deployment? Evidence from France, Society of Social Studies of Sciences, , San Diego, USA

Lejealle C., Ezan P. (2013), Suivi des marques et enrichissement du parcours cross-canal du client sur Facebook : une recherche exploratoire, 16^{ème} Colloque Etienne Thil

Lejealle C. (2013), Perception et comportements des franciliens au regard du droit à l'oubli, Actes du workshop du 15 mars 2013 IODE Rennes 1 - Droit à l'oubli

Lejealle C. (2012), Quelle dimensions privées du salarié sont prises en compte par l'entreprise ?, Actes du colloque Fnege « Les nouvelles frontières du management », 11 - 12 octobre 2012

Lejealle C. (2012), «Comment le mobile professionnel nécessite de repenser la frontière entre vie privée et vie professionnelle ?, Actes du colloque ESSEC, 4 - 5 avril 2012

Lejealle C. (2012), Quelle place les internautes entendent-ils dédier à la sphère commerciale dans leurs usages des médias, Actes du colloque Idées/Cirtai Le Havre 5 - 7 juin 2012

Lejealle C. (2010), Le téléphone portable : un support qui s'adapte à toutes les émotions pour gérer tiers présents et distants, au gré des envies, Actes du colloque AISLF - CR33, Namur 19 et 20 mai 2010

Lejealle C. (2009), Incidence du téléphone portable sur les relations professionnelles chez les cadres français et ceux de la Silicon Valley, Actes du colloque des XII^{ème} journées internationales de sociologie du travail : *Formes et structures du salariat, crise, mutation, devenir ?*, 25 - 26 juin 2009, GREE Editions

Lejealle C. (2009), Jouer sur son téléphone portable pour canaliser la violence du contexte dans celle de l'artefact technique et retourner à l'équilibre, *Actes du III^{ème} colloque de l'Association Française de Sociologie « Violences et sociétés »*, 14 - 17 avril 2009

Lejealle C. (2009), Mobile TV : new content, new uses, new perspectives ?, Actes du colloque « *Images in Mobile Communication* » au Centre d'études et de recherche sur les médiations, Metz, 3 avril 2009

Lejealle C. (2009), La TMP (télévision mobile personnelle) : une modalité de gestion du lien complémentaire de celle des fonctions de communication, Actes des Journées Nationales de Recherche : *Société et consommation*, Rouen 12 - 13 mars 2009, Caen

Textbooks

Cases

Lejealle C., (2016), Youscribe, la lecture illimitée en bundle ou en B to B to C, Etude de cas CCMP, ref 1937 <http://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-youscribe-lecture-illimitee-en-bundle-et-b-to-b-to-c>

Lejealle C., Garcia C., (2016), Comptoir des Cotonniers, Fast retail, une innovation digitale, Etude de cas CCMP ref K0005 <http://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-comptoir-des-cotonniers-fast-retail-innovation-digitale>

Lejealle C., Garcia C., (2016), Gulli comment séduire les 7-12 ans ? Etude de cas CCMP, ref 1913, <http://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-gulli-comment-seduire-les-7-12-ans>

Lejealle C., Garcia C. (2015), Meetic, un (dé) clic pour définir une nouvelle offre, Etude de cas CCMP ref M1889, <http://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-meetic-un-declic-pour-definir-une-nouvelle-offre>

Lejealle C., Garcia C. (2015), TUI Innovation dans l'offre digitale, Etude de cas CCMP réf M1910, <http://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-nouvelles-frontieres-marmara-innovation-de-loffre-digitale>

Other teaching materials

Other

For example: article in a professional journal or magazine, book chapter, media coverage in your area of teaching...etc...

Lejealle C. (2015), La riposte des marques à l'uberisation, Alliancy le mag, <http://www.alliancy.fr/opinions/no-theme/2015/10/16/catherine-lejealle-la-riposte-des-marques-a-luberisation>

Lejealle C. (2015) *J'arrête d'être hyper connecté, 21 jours pour réussir sa detox digitale*, Eyrolles, Paris

Lejealle C. (2014), Savoir se faire entendre : comment les marques communiquent-elles sur les media sociaux, *Alliancy le mag*, n11, p25 http://www.alliancy.fr/mag_sommaire/alliancy-le-mag-n11-janvier-fevrier-2015

Lejealle C. (2013), Les données personnelles : nouvel eldorado ?, Forum du Groupement des Industries de l'Information, Paris

Lejealle C. (2013) Savoir gérer les priorités, *Alliancy le mag*, n3 http://www.alliancy.fr/2013/12/09/catherine-lejealle-optimiser-sa-presence-sur-facebook_6620.html

Lejealle C. (2011), Le Très Haut débit : levier pour de nouveaux usages Très hautement Densifiés et Très Hautement Diversifiés, *THD Mag*, n°2, p. 15

Other activities at ISC Paris (for the current academic year – tick those which apply)

Academic or professional consulting for students	x
Carry out research under the ISC Paris name or in collaboration with ISC Paris faculty	x
Attend teaching, research and department meetings	x
Contribute to curriculum revision (on the program committee or program revision committee)	
On Assurance of Learning (AOL) committee	
Participate in student recruitment (competitive exam orals, education fairs, open days...)	x
Active on professional project panels	x
Active on thesis panels	
Supervise and/or evaluate internship reports and/or thesis	
Other (please specify) responsible for 3MS specialisation	x
Other (please specify)	
Other (please specify)	

Languages in which you can teach (tick those which apply):

French	English	German	Spanish	Other (specify)
x	x			

Date of CV: 11/08/2016