

## **Bernard PRAS**

Professeur

### **Formation**

Essec (1966), Licence ès sciences économiques (Paris, 1967)

DES en sciences économiques (Paris, mars 1969)

Doctor in Business Administration (et MBA) (Indiana University, 1973)

Doctorat d'Etat ès sciences économiques (Université Paris IX-Dauphine, 1977)

Agrégé des Facultés en Sciences de gestion (septembre 1977) (major)

### **Thèses**

Thèse de doctorat de gestion américaine. Indiana University, 1973. Directeur de thèse : John O. Summers. Titre : Predictive Qualities of Linear and Nonlinear Evaluation Process Models.

Thèse de doctorat d'Etat en sciences économiques. Université Paris IX-Dauphine, 1977. Directeur de thèse : Alain Bienaymé. Titre : L'influence de la Diversification Multinationale sur le Risque de la Firme. Le Cas Américain.

## **FONCTIONS, RESPONSABILITES ADMINISTRATIVES ET COLLECTIVES**

### **Fonctions**

Professeur à l'université Paris-Dauphine,  
et professeur affilié à l'Essec

#### ***- De 1988-2009***

Directeur du Centre de recherche DMSP (Dauphine Marketing Stratégie Prospective) (1988-2009)

Directeur de l'EDOGEST (Ecole doctorale de gestion : 2001-2006)

Vice-Président du Conseil scientifique de l'université, chargé de la recherche (1989-1994)  
et membre de conseils (successivement CA, MSO, CS)

#### ***- Octobre 1984 - Octobre 1988***

Professeur à l'université Paris X Nanterre

#### ***- Octobre 1977- Octobre 1984***

Professeur à l'université de Lille II

#### ***- Septembre 1973 - Octobre 1977***

Professeur à l'Essec

Responsable du département Marketing (Juin 1975 - 1977).

Adjoint au Rédacteur en Chef, Revue Française de Gestion.

#### ***- Septembre 1970 - Août 1970***

Boursier de la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises et de la Fondation Ford (Indiana University, Doctoral Program).

#### ***- Septembre 1969 - Août 1970***

Assistant à l'Université Paris IX-Dauphine.

Economiste à l'Etablissement Public d'Aménagement de la Ville Nouvelle de Cergy-Pontoise, responsable de la programmation et de l'implantation commerciale.

## **Responsabilités collectives**

Rapporteur de la Commission de réflexion sur l'évaluation des enseignants-chercheurs en sciences de gestion (Fnege, 2009-2010) : rapport remis en 2010.

Organisateur des Etats-Généraux du Management (Fnege, Sénat, Octobre 2008)

Président du jury de concours d'agrégation des facultés en sciences de gestion (2002-2003)

Président des jurys du Cefag (2003), membre du Conseil Scientifique du CEFAG (Centre d'Études et de Formation Approfondies en Gestion (depuis 1989), et directeur du CEFAG (1990-1992).

Membre du Conseil scientifique de la Fondation Cetelem (depuis 1989)

Directeur de publication de la revue *Décisions Marketing* (depuis 1993), revue officielle de l'AFM. Vice-Président Publications de l'AFM (Association française du marketing et directeur de publication de la revue *Recherche et Applications en Marketing* (1992-1998) ; et rédacteur en Chef de la revue *Recherche et Applications en Marketing* (Janvier 1990 jusqu'à fin 1992).

Président Fondateur de l'Association Française du Marketing (1984-1987).

Membre du CNU (Conseil National des Universités) en sciences de gestion de 1992 à novembre 1995.

EIASM (European Institute for Advanced Studies in Management) : Area Coordinator (1989-1992).

Membre de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (1980 - 1983).

Membre de jurys de concours d'agrégation des facultés en sciences de gestion (1981; 1997 ; 1999).

Présidence des jurys de l'ESC Rouen (1993-2005), et de l'ESC Nantes Atlantique (de 1993 à 2002).

Expertises (CNE, ANR, Programme de recherche alimentaire, autres)

## **COURS ENSEIGNES**

Marketing fondamental

Marketing management

Economie d'entreprise

Etudes et recherches en marketing

Méthodologie de la recherche

Statistiques non paramétriques appliquées au marketing

Comportement du consommateur

Stratégie marketing  
Stratégie marketing et concurrence  
Management et marketing international  
Marketing international

Ces cours ont été enseignés à des niveaux Master et Doctorat (maîtrise et DEA), à l'Université et dans les programmes du groupe ESSEC.

## **PUBLICATIONS, COMMUNICATIONS, ACTIVITES EDITORIALES**

### **Livres**

B. Pras (coord.), « **Management : Tensions d'aujourd'hui** », Vuibert, collection Fnege, 2009.

B. Pras (coord.), « **Management : Enjeux de demain** », Vuibert, collection Fnege, 2009.

B. Pras, "**Market: Fondements et méthodes des recherches en marketing**", Dunod, 2009, 4<sup>ème</sup> édition (avec Yves Evrard et Elyette Roux, et en collaboration avec Pierre Desmet, Anne-Marie Dussaix, et Gary Lilien) ; édition entièrement revue.

(auparavant B. Pras, "**Market: études et recherches en marketing - Fondements, méthodes**", Dunod, 2003, 3<sup>ème</sup> édition (1997 2ème édition), Nathan, (1993, 1ère édition,) (avec Y. Evrard et E. Roux, et en collaboration avec Pierre Desmet, Anne-Marie Dussaix, et Jean-Marie Choffray, puis Michel Claessens).

B. Pras (coord.), "**Faire de la recherche en marketing?**", Vuibert, collection Fnege, 1999.

B. Pras (ed.) "**Les Euro-PMI**", Economica, (en collaboration avec Agnès Boutin (eds.), 1995.

B. Pras (ed.) "**Research Traditions in Marketing**", Kluwer Publications, collection Quantitative research in marketing, dirigée par J. Eliashberg (Wharton Business School), 1994 (en collaboration avec Gilles Laurent, Gary Lilien (eds.)).

B. Pras, "**CONNEXION - Base de Données PMI-Stratégie , exportation, innovation**", FNEGE / Essec, 1994, 235 p (en collaboration avec Elyette Roux et Jean-Marie Choffray).

B. Pras, "**Du papier pour l'éternité : l'avenir du papier permanent en France**", ouvrage préfacé par le Ministre de la Culture et de la Communication, Editions Centre National des Lettres et de la Librairie, 1990 (en collaboration avec Luc Marmonier).

B. Pras, "**Le Comportement de l'Acheteur**", Editions Sirey, Collection des I.A.E. (en collaboration avec Jean-Claude Tarondeau), 1981, (2ème prix de l'Académie des Sciences Commerciales ; mention spéciale de Harvard l'Expansion).

B. Pras, "**La Firme Multinationale face au Risque**", Presses Universitaires de France, Collection de l'Université de Lille II, Janvier 1980.

B. Pras, "**Marketing et Dirigisme Economique**", édition FNEGE, 1976 (en collaboration avec Reinhard Angelmar et Bernard Yon (eds.)).

### **Chapitres d'ouvrages**

« Dirigeants, managers et enseignants-chercheurs : pour une révolution culturelle », in A. Scouarnec (cood.), *Management et métier – Vision d'experts*, 2010, éditions EMS, chap. 19, 219-232.

« Chinese Consumers Attitudes towards Luxury » (chapitre invité) in Michel Chevalier et Pierre Xiao Lu, *Luxury in China, Market Opportunites and Potentials*, Wiley & sons, 2010, 53-76 (avec Pierre-Xiao Lu).

« Tensions d'aujourd'hui : pour des réflexions de long terme », in B. Pras, *Management : Tensions d'aujourd'hui*, Vuibert , collection Fnege, 2009.

B. Pras, « Enjeux de demain : gestion de la connaissance, recherche, évaluation ? », in B. Pras (ed.), *Management : Enjeux de demain*, Vuibert, collection Fnege, 2009.

« Une typologie des consommateurs de produits de luxe en Chine », in Béraud P. et Changeur S.(eds.), *La Chine dans la mondialisation. Marchés et stratégies*, Editions Maisonneuve et Larose, 2006 (avec Pierre-Xiao Lu)

« Innovation et marketing stratégique », in P. Le Moal (ed.), *Savoir Gérer*, Mélanges en l'Honneur de J.C. Tarondeau, Economica, 2003, chap.13, 221-246 (avec Emmanuelle Le Nagard)

« Innovation et marketing stratégique : gestion du risque et orientation marché », in Philippe Mustar et Hervé Penan, *Encyclopédie de l'innovation*, Economica, 2003 (avec Emmanuelle Le Nagard).

"Innovation et utilisateurs leaders", in A. Bloch et D. Manceau (eds.), *De l'idée au marché : Processus d'innovation et de lancement de produits nouveaux*, , Paris, Vuibert (avec Amina Beji-Becheur), 2001.

"Research in Marketing : Some Trends, Some Recommendations", in D. Brownlie, M. Saren, R. Wensley and R. Whittington (eds.), *Rethinking Marketing*, London, Sage Publications, 1999, 245-261 (avec Gilles Laurent).

"Friendly Complaining Behaviors : Toward a Relational Approach", in A. Halinen-Kaila and N. Nummela (eds.), *Interaction, Relationships and Networks, : Visions for the Future*, 1998, vol.3, 357-382 (avec Isabelle Prim)).

"Le pouvoir de l'information", in Les Echos (ed.), *L'Art du Management*, Price Waterhouse, 1997, 213-215.

"Qu'est-ce que le marketing?", *Encyclopédie de Gestion*, Yves Simon et Patrick Joffre (eds.), Economica, 1997.

"Compétitivité et marketing: le rôle du temps", in Ingham (ed.), *Management Stratégique et compétitivité*, De Boeck, 1995, 155-186. (avec Fleurke Combier)

"Euro-PMI : Existe-t-il une PMI européenne?" (avec Agnès Boutin), in Pras B. et Boutin A. (eds.), *Les Euro-PMI*, Economica, 1995, 7-14.

"PMI et pays de l'Est : développement, risques et partenariat" (avec P.A. Schieb et A. Boutin), in Pras B. et Boutin A. (eds.), *Les Euro-PMI*, Economica, 1995, 89-115.

"Marketing: quelques réflexions sur les pratiques et la recherche", in Le Pen Claude et al. (ed.), *25 ans de sciences des organisations*, Masson, 1995, 199-222.

"Mesures de la Diversification des Grandes Entreprises : une Comparaison d'Indices", in A. Labourdette, *Mélanges en l'honneur de J.G. Merigot*, Economica, 1992, 521-543.

"The Customer's Relative Importance in the Design, Development and Implementation of New Services: an Empirical Investigation", *Proceedings of the Association for Consumer Research*, Amsterdam, 1992 (en collaboration avec Frédéric Jallat et Christian Dussart)

"La segmentation : outils et choix stratégiques", *Encyclopédie du Management*, Editions Vuibert, 1992, tome 2, 704-722 (en collaboration avec Michelle Bergadaà).

"Marketing International : quelques concepts et recommandations", *Encyclopédie du Management*, Editions Vuibert, 1992, tome 1, 875-895.

"Marketing", *Encyclopédie du Management*, Editions Vuibert, 1992, tome 1, 54-62.

"Variables individuelles interculturelles et stratégies de croissance des PMI", in F. Gauthey et D. Xardel, *Management interculturel : modes et modèles*, Economica, 1991, 13-38 (en collaboration avec Elyette Roux).

#### **Articles dans des revues à comité de lecture**

« Lighting and perceived temperature : Energy-saving levers to improve store evaluations ? », in Margaret C. Campbell and Jeff Inman and Rik Pieters, Duluth (eds.), *Advances in Consumer Research*, vol.37, 2010 (avec Gwenaëlle Briand).

« Marketing et crise : entre réponses de fond et le marketing de la crise », *Revue Française de Gestion*, vol. 35, no. 193, avril 2009, 43-50.

« Management et Islam : vers une convergence de valeurs », *Revue Française de Gestion*, vol.33, no.171, février 2007, 91-95.

« Marketing et Islam :des principes forts et un environnement complexe », *Revue Française de Gestion*, vol.33, no.171, février 2007, 195-223 (avec Catherine Vaudour-Lagrâce)

« International : Principaux enjeux et omniprésence de la culture », *Décisions Marketing*, numéro spécial, numéro double, no.43-44, juillet-décembre 2006, 7-12.

- « 30 Ans déjà », *Revue Française de Gestion*, vol.31, no.158, Septembre-octobre 2005, 7-12
- « Gestion et vie privée : à la croisée de plusieurs libertés », *Revue Française de Gestion*, no. 134, juin-août, 2001, 62-65.
- "Les paradoxes du marketing", *Revue Française de Gestion*, no.125, sept-oct.1999, 99-111.
- "Friendly Complaining Behaviors : Toward a Relational Approach", *Journal of Market Focused Management*, 1999, vol.3, 331-350 (avec Isabelle Prim).
- "Le Marketing inversé : interactivité, structure et pouvoir", *Décisions Marketing*, 1995, no.5, 7-20 (en collaboration avec Daniel Tixier).
- "Que peut-on apprendre du management asiatique ?", *Revue Française de Gestion*, 1995, no. 103, 20-32 (en collaboration avec Bernard Cova).
- "Les exportations parallèles en Europe", *Décisions Marketing*, no.0, mai 1993, 47-50 (en collaboration avec Christophe Assens).
- "Le processus de révision de Recherche et Applications en marketing : une comparaison internationale", *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 7, n° 1, 1992 (en collaboration avec Bernard Forgues).
- "Stratégies génériques et de résistance : commentaires et illustration", *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 6, n° 2, juin 1991, 111-123.
- "Un Marketing en Pleine Evolution dans un Environnement Changeant", *Revue Française de Gestion*, Septembre-Décembre 1985, 90-101.
- "Forces et Faiblesses des Dirigeants de PMI", *Enseignement et Gestion*, Hiver 1985, n° 6, pp 59-70 (en collaboration avec Elyette Roux).
- "Dissociation of the Roles of Buyer, Payer and Consumer", *International Journal of Research in Marketing*, 1, 1984, 7-16 (en collaboration avec Jérôme Bon).
- "Product Acceptance by Middlemen in Export Channels", *Journal of Business Research*, 12, 1984, 227-240 (en collaboration avec Reinhard Angelmar).
- "Où en est la Recherche en Gestion : Marketing", *Enseignement et Gestion*, Numéro Spécial, La Recherche Française en Gestion, Printemps 1983, 73-84.
- "Consumer Behavior Models and their Use by Firms", *Der Markt*, n° 87, 1983/3, 104-108.
- "Approche Qualitative ou Approche Quantitative", *Sciences de Gestion*, 3ème trimestre 1981, 1975-1978.
- "Essai d'Analyse du Comportement des Dirigeants des Grandes Entreprises envers le Risque", *Sciences de Gestion*, 3ème trimestre 1981, 1421-1441.

"Where is Marketing Heading to in France", *Journal of Marketing*, Summer 81 (en collaboration avec Jérôme Bon, Jean-Marie Choffray, Daniel Tixier, Charles Waldman), 208-212.

"Les Modèles d'Achat Industriel", *Revue Française de Gestion*, n° 29, Janvier-Février 1981, 51-64 (en collaboration avec Jean-Claude Tarondeau). Article repris dans *Gestion, Revue Internationale de Gestion*, Vol. 7, n° 2, Avril 1982, 42-51.

"Determinants of Market Success of Commercial Movies", *Der Markt*, 73, 1980 (1), 3-13 (en collaboration avec Jean-Marie Choffray).

"The Effects of Multinational and Export Diversification on the Profit Stability of US Corporations", *Southern Economic Journal*, Vol. 46, n° 3, January 1980, 792-805 (en collaboration avec C. Miller).

"Risque du Dirigeant et Risque de l'Actionnaire", *Analyse Financière*, n° 38, 3ème trimestre 1979, 74-78.

"Typologies de la Recherche en Gestion", *Enseignement et Gestion*, Cahier n° 9, Printemps 1979, pp 5-11 (en collaboration avec Jean-Claude Tarondeau).

"Risque du Dirigeant et Diversification Multinationale", *Revue d'Economie Industrielle*, n° 6, 4ème trimestre 1978, 87-120.

"Stratégies Organisationnelles des Firmes Multinationales", *Enseignement et Gestion*, (sélection d'articles à partir de la 6ème Conférence de l'EFMD), numéro spécial, 1978, 31-38.

"Perceived Risk and Composition Models for Multiattribute Decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 15, Août 1978, 429-437 (en collaboration avec John O. Summers).

"Explaining Consumer Decision Making through Evaluation Models", in : *Marketing. Neue Ergebnisse aus Forschung und Praxis*. Gabler, Wiesbaden, 1978, Edgard Topritzhofer (ed.), 145-161.

"Verbal Rating Scales for Multinational Research", *European Research*, Vol. 6, n° 2, Mars 1978, 62-67 (en collaboration avec Reinhard Angelmar).

"Advertising Strategy Implications of Consumer Evaluation Process Models", *European Journal of Marketing*, Vol. II, n°4, 1977, 320-326 (en collaboration avec Reinhard Angelmar).

"Le Reflux des Firmes Multinationales Américaines", *Revue Française de Gestion*, n° 9, Mars-Avril 1977, 43-52. Article repris dans *Revue Internationale de Gestion*, Vol. 2, n° 3, Septembre 1977.

"Variation du Rendement des Actions des Firmes Multinationales", *Banque*, n° 360, Mars 1977, 282-292 (en collaboration avec Bruno Oudet).

"Diversification de l'Entreprise et Réduction du Risque de l'Action", *Vie et Sciences Economiques*, 72, Janvier 1977, 23-27 (en collaboration avec Bruno Oudet).

"Comment les Consommateurs Opèrent-ils leurs Choix ? Les Modèles Multiattributs", *Encyclopédie du Marketing*, Vol. I : Le Comportement du Consommateur, Paris, Editions Techniques, Janvier 1977.

"Echelles d'Intervalle à Support Sémantiques", *Revue Française du Marketing*, n° 61, Mars-Avril 1976, 87-95.

"Operationalizing Risk in Multiattribute Decision Models", in : *Advances in Consumer Research*, Vol. II, Edited by Beverlee B. Anderson, 1976, 92-97 (en collaboration avec John O. Summers).

"Issues in Identifying Determinant Attributes", *Der Markt*, 55, 1975 (3), 72-77.

"A Comparison of Linear and Nonlinear Evaluation Process Models", *Journal of Marketing Research*, 12, August 1975, 276-281 (en collaboration avec John O. Summers).

"Factors Affecting the Predictive Qualities of Consumer Evaluation Process Models", *Der Markt*, 53, 1975 (1), 5-8.

### Articles divers

« Etats généraux du management : l'enquête sur le management des entreprises et les problèmes de société », *lesechos.fr*, 17 octobre 2008.

"Évolution de l'enseignement technique et professionnel", in *les Actes des Rencontres Nathan Technique : Comment être aujourd'hui l'enseignant de la réussite?*, éd. Nathan, 1995, 109-158.

"Marketing, les nouvelles tendances à l'international", *Moniteur du Commerce International*, n° 1089-1090, 9-16 août 1993, 30-32.

"Les entreprises et le marketing", *Le Figaro*, 15 Janvier 1993, p. 44.

"Développement et devenir de la recherche en gestion", *Tribune des Mémoires et Thèses*, Actes des journées "Entretiens de la Recherche" de 1990 et 1991, avril 1991.

"Le papier permanent : enjeu pour la conservation et enjeu économique", *Cahiers de l'Economie du Livre*, n° 3, 1990, 105 à 127 (en collaboration avec Luc Marmonier).

"Regard sur l'Economie des PMI", *Enjeux*, n° 56, Mars 1985

"Stratégie pour une Conquête du Marché Américain", *Film Echange*, n° 15, 1981, 45-58.

"L'Achat des Films Français par les Américains", *Le Film Français*, numéro spécial exportation, 20 Octobre 1978, 14-17.

"Vérités et Simulations", *Le Figaro*, Samedi 21 - Dimanche 22 Juin 1975, 7 (en collaboration avec Reinhard Angelmar).

## **Communications**

« Lighting and temperature : energy saving levers to improve store evaluations ? » Association for consumer research, Pittsburg, 22-25 Octobre, 2009 (en collaboration avec Gwenaëlle Briand).

"Lighting" and "temperature": Levers to improve internal consumers' responses and stores evaluation?, Academy of Marketing, Leeds, July 7-9, 2009 (en collaboration avec Gwenaëlle Briand).

« Enquête sur le management des entreprises et les problèmes de société », Etats-Généraux du Management, Palais du Luxembourg, Sénat, 17 Octobre 2008.

« Les apports de la théorie du contrat social à l'explication des ruptures de relations de long terme entre organisations : une application aux relations Banques/PME », Actes du XVII Colloque de l'AFM, mai 2001, Deauville (en collaboration avec Isabelle Prim et Jean Perrien).

« Marketing in Europe and satisfaction », Keio University, Tokyo, Marketing trends, 17 mai 2000.

« La mesure d'audience : quelles réponses pour quels besoins ? », table-ronde (intervention et animation), séminaire IREP : « La vague Internet : comprendre et maîtriser », 4 mai 1999, Centre de Conférences Etoile saint-Honoré, Paris

"The Customer's Relative Importance in the Design, Development and Implementation of New Services: an Empirical Investigation", Association for Consumer Research, Amsterdam, 1992 (en collaboration avec Frédéric Jallat et Christian Dussart)

"Friendly Complaining Behaviors : toward a Relational Approach", 14ème colloque de l'IMP, Turku, Finlande, 2-4 septembre 1998 (en collaboration avec Isabelle Prim).

"Y a-t-il un avenir pour les marques?", Entretiens Dauphine, Université Paris Dauphine, Paris, 12 décembre 1995.

"Intérêt et Spécificités de la Recherche Française en Sciences de Gestion", Colloque franco-marocain, La Recherche en Sciences de Gestion, Marrakech, 16-17 mai 1995.

"L'évolution de l'Enseignement Technique et Professionnel", Observatoire de l'Enseignement Technique et Professionnel, Journées Nathan Technique, La Cité des Sciences, La Villette, 8 avril 1995.

"La Recherche en gestion et les entreprises: voies de coopération", Colloque FNEGE, 15 décembre 1993 (en collaboration avec Alain-Charles Martinet).

"Research in Marketing: Some Trends, Some Controversies and Some Recommendations", Rethinking Marketing Symposium, Warwick Business School, Coventry, 1-2 juillet 1993 (en collaboration avec Gilles Laurent).

"The Customer's Relative Importance in the Design, Development and Implementation of New Services : An Empirical Investigation", Proceedings of the Association for Consumer Research, Amsterdam, 11-14 Juin 1992 (en collaboration avec Frédéric Jallat et Christian Dussart).

"Typologie du management des PME/PMI françaises : exportation, innovation", Colloque de l'AEMI (Association Européenne de Management Interculturel), Lausanne, Mars 1990 (en collaboration avec Elyette Roux).

"Evolution du marketing international : années 1990", Journées du 30e anniversaire de l'IAE de Nantes, octobre 1988.

"Stratégies des entreprises européennes", colloque de l'ONUDI, Municipalité de Pékin, 13 avril 1988.

"Les tendances récentes en comportement d'achat", Journée Centrale des Cas, Saint Denis, novembre 1987.

"Mesures d'Entropie et d'Herfindahl de la Diversification : Une Analyse comparative", 12ème Séminaire Inter-Grandes Ecoles de Gestion, INSEAD, 23 Mars 1985.

"The Buying Behavior of the Non Paying Consumer : A Role Dissociation Approach". Congrès de l'European Marketing Academy, Grenoble, 13-14-15 Avril 1983, paru dans les Proceedings of the XIIth Annual Conference of the European Marketing Academy, Grenoble, April 1983, pp 65-82 (en collaboration avec Jérôme Bon).

"Rapport du Groupe de Travail sur la Recherche en Marketing", Colloque FNEGE, Nancy, 1er-2 Décembre 1982.

"Models in Consumer Behavior and the Way they are Used by Firms". Communication au Symposium "Consumers' Influence on Public and Private Consumer Policy", Smygehuk, Suède, 21-23 Septembre 1982.

"L'Enseignement de la Gestion en France", Séminaire FNEGE-CEMA (Chinese Management Association), Pékin (8-13 Février 1982), Shangaï (15-20 Février 1982).

"Monitoring New Movies Diffusion Overtime", Ceressec Dr 82018 (en collaboration avec Jean-Marie Choffray), workshop, 1982.

"Grandes Tendances de la Recherche en Marketing", Journées sur les Grandes Tendances de la Recherche en Gestion, IAE de Caen, Caen, 22 Mai 1981.

"Success of French Movies in the US", International Marketing Seminar, European Institute of Advanced Studies in Management, Bruxelles, 22-23 Novembre 1979.

"Determinants of Foreign Products Acceptance by US Middlemen", Proceedings of the 6th International Research Seminar in Marketing, in J.P. Leonardi, Marketing of Services and Distribution Management, Sénanque, 5-8 Juin 1979, Proceedings of the 6th International

Research Seminar in Marketing", in : J.P. Leonardi, Marketing of Services and Distribution Management, Sénanque, 5-8 Juin 1979 (en collaboration avec Reinhard Angelmar).

"Perceived Risk and Composition Models for Multiattribute Decisions", European Institute for Advanced Studies in Management, Workshop on Marketing Consumer Behavior, 24-25 Février 1978.

"L'Utilisation des Modèles de Choix Individuels dans la Publicité", Séminaire IREP sur les Modèles de Comportement, 12 et 13 Octobre 1977.

"Stratégies Organisationnelles des Firmes Multinationales", 6ème Congrès de l'EFMD, 16-18 Mai 1977.

"Operationalizing Risk in Multiattribute Decision Models", Association for Consumer Research, Cincinnati, 30 Octobre - 2 Novembre 1975 (en collaboration avec John Summers).

"International Corporate Diversification and Profit Stability", 4th Annual Workshop on Research in Marketing, Copenhagen, 2-4 Avril 1975.

"A Simple Technique to Select Determinant Attributes", European Institute for Advanced Studies in Management, First Annual Workshop in Marketing, 28-29 Octobre 1974.

"Predictive Qualities of Linear and Nonlinear Evaluation Process Models", European Institute for Advanced Studies in Management, Workshop on Consumer Cognitive Structures, 17 Avril 1974.

### **Rédacteur en chef et Directeur de publication**

Rédacteur en chef de *Recherche et Applications en Marketing*, 1989-1992

Directeur de publication de *Décisions Marketing*, 1993-en cours

### **Rédacteur en chef invité, comités de lecture, direction de collection**

Rédacteur en chef invité du numéro spécial International, *Décisions Marketing*, numéro double, no.43-44, juillet-décembre 2006.

Rédacteur en chef invité du numéro spécial « 30 ans déjà », *Revue Française de Gestion*, vol.31, no.158, Septembre-Octobre 2005.

Coordinateurs de dossiers de la Revue Française de gestion : vol.33, no.171, février 2007 (Management et Islam) ; no. 134, 2001 (Gestion et vie privée).

Rédacteur en chef adjoint et conseiller de rédaction de la *Revue Française de Gestion* (puis membre du comité de rédaction), et membre de Comités de rédaction et de lecture : *International Journal of Research in Marketing* (jusqu'en 2006) ; *Recherche et Applications en Marketing* ; *Economie et Société* ; *Sciences de Gestion* ; *Décisions Marketing* ; *Management et avenir* ; Membre occasionnel d'autres comités de lecture comme *Management Science*, *European Journal of Operational Research*., etc.

Conseiller scientifique chez Dunod (depuis 1999).

Co-directeur de la Collection "Connaître et Pratiquer la Gestion", Editions Nathan (depuis 1989) et membre du Conseil d'orientation de la collection "Campus-Université" (Editions d'Organisation) ;

Directeur de collection « Management et société » chez Hermès (depuis 2009).

### **Organisation de Séminaires ou Colloques**

Organisateur des Etats-Généraux du Management (Fnege 2008) ; Organisateur du Colloque post-Cefag : Faire de la recherche en marketing? (1997); Co-organisateur (avec l'ISMEA et l'EAP) du Séminaire International de Stratégies Européennes, Université Paris-Dauphine, de 1989 à 1995; Président du Comité Scientifique du Xème Colloque international de l'AFM (Association Française du Marketing), Paris, Carré des Sciences, 10-11 mai 1994; Organisation du Colloque à l'EIASM (European Institute for Advanced Studies in Management) : "Research Traditions and Marketing", Bruxelles, 9-10 Janvier 1992; Organisation du séminaire du CEFAG (Pratiques et méthodes de recherche) de 1986 à 1992 et coordinateur de l'ensemble des séminaires de 1990 à 1992; Président du 14e séminaire international de Recherche en Marketing (organisé conjointement par l'IAE d'Aix et l'American Marketing Association), La Londe Les Maures, Marketing Communications and Consumer Behavior, juin 1987; Co-organisation du Colloque FNEGE sur la recherche en gestion, Nancy, 1er-2 Décembre 1982 ; Organisateur du séminaire : Marketing and Implications of Technological Evolutions in Mass Media, 19 Novembre 1979, European Institute for Advanced Studies in Management, Bruxelles, Belgique; Organisateur du colloque : Evolution des Canaux de distribution et de l'Urbanisme Commercial, 18-19 Novembre 1976, Cergy, France; Organisateur du séminaire : Marketing et Politique Industrielle des Pouvoirs Publics, 1-2-3 Octobre 1975, Cergy, France.

Autres activités scientifiques : membres de comités scientifiques académiques et de colloques ; membres de comité scientifique d'entreprises (Fondation Cetelem, Mille Mercis)

### **DIRECTIONS DE THESES ET DE HDR**

#### **Thèses dirigées et soutenues**

Jérôme Bon, Le comportement de l'acheteur non-payeur : un essai d'application, Université d'Aix-Marseille III, thèse de doctorat de troisième cycle, 1978.

Alexis Delabre, Comparaison des effets indirects d'une action publicitaire et d'une action promotionnelle. Applications aux comptes-courants postaux, thèse de doctorat de troisième cycle, Université d'Aix-Marseille III, 1979.

Francis Salerno, Processus et comportement d'abandon de produit, thèse de doctorat d'Etat, Université de Lille II, 1984.

Guy Van Loye, Stratégies de croissance des PMI, Université de Lille II, thèse de doctorat d'Etat, 1985.

Eric Vernet, Comparaison des méthodes d'identification des attributs déterminants, Université de Paris X Nanterre, thèse de doctorat d'Etat, 1986.

Mohamed Ababou, Comportement et performance à l'exportation des entreprises manufacturières des pays en voie de développement. Un essai d'application. Université Paris X Nanterre, thèse de doctorat d'Etat, 1987.

Pierre Desmet, Méthodologie d'évaluation de la demande pour l'assortiment des produits offerts par un distributeur, thèse de doctorat d'Etat, Université Paris-Dauphine, 1990.

Thierry Lepert, Risque socio-économique et politique et mode de pénétration sur les marchés étrangers, thèse nouveau régime, Université Paris-Dauphine, 1991.

Elyette Roux, Les facteurs explicatifs de la décision d'exporter en PMI : rôle de l'attitude du dirigeant envers le risque, thèse de doctorat d'Etat, Université d'Aix-Marseille III, 1991.

Frédéric Jallat, Le processus d'innovation dans les services, thèse nouveau régime, Université d'Aix-Marseille III, 1992.

Armelle Glérant, L'élasticité de la demande avec variables du mix pour les biens durables. Le cas de l'automobile, thèse nouveau régime, Université Paris-Dauphine, 1993.

Jérôme Bon, Recherche des facteurs fondamentaux nécessitant la mise en oeuvre d'un marketing spécifique, Université Paris Dauphine, thèse nouveau régime, 1993.

Yves Evrard, Les consommations culturelles : concepts et méthodologie, Université Paris Dauphine, thèse nouveau régime, 1993.

Sigrid Joseph, La stabilité des valeurs face à un bouleversement du système politico-économique : le consommateur de la nouvelle Allemagne thèse nouveau régime, 1996.

David Nahon, Mesures d'audience et mesures de satisfaction: application au cas télévisuel, thèse nouveau régime, Université Paris Dauphine, 1996.

Fankam Tchoumbou : Influence de la planification sur la performance de la PMI exportatrice, thèse nouveau régime, Université Paris Dauphine, 1997.

Valérie Charrière : Espace géographique et espace culturel : comportement du consommateur européen, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 1998.

Amina Beji-Becheur, « Utilisateur leader et degré de novation du produit : une contribution à l'amélioration de l'analyse des tests de produit nouveau, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 1998.

Isabelle Royer, La dynamique de l'escalade de l'engagement et du désengagement dans le développement de nouveaux produits, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 1999.

Isabelle Prim, Les ruptures de relations de long terme entre organisations : contribution à l'étude des déterminants - Une application aux relations banques-PME. thèse de doctorat en

sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2000, en co-direction Bernard Pras-Jean Perrien.

Michel Classens (2001), « De la cohérence de la stratégie à la performance : concept, mesure et validation », Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2001.

Lydiane Huve-Nabec, Analyse de la performance des nouveaux couples marque-enseigne : le cas de l'extension du circuit de distribution des marques selectives vers des enseignes de grande distribution et de vente par correspondance, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2001.

Stéphane Debenedetti, Rôle et impact de l'accompagnement du visiteur du lieu culturel. Le cas de la sortie au musée d'art, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2001.

Fabrice Larceneux, Stratégies de signalisation de la qualité : l'impact des labels sur le processus de décision des consommateurs, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2003.

Rola Hussant-Zebian (2003), Stimuli iconiques, réponses hédonique et attitudinales envers la publicité : le cas des annonces animées, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2003.

Christel Joatton-Delassus, "L'impact des sites de marque sur les réactions attitudinales des enfants", thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Paris Dauphine. 2004.

Ana Colovic, Les réseaux de PME dans les districts industriels au Japon, thèse de doctorat en sciences de gestion, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2004.

Xiao Lu, Essays on consumption and the ambivalent attitudes of ht Chines élite towards luxury products, doctoral dissertation, Ph.D. Essec, 2006.

Alain Debenedetti, L'attachement au lieu de consommation, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2006.

Ouidade Zaaraoui-Sabri, Le tabou en communication publicitaire : étude des réactions affectives, cognitives et conatives du récepteur exposé à des stimuli tabous mortifère et sexuel, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2007, co-direction Bernard Pras-Delphine Manceau.

Florence Benoit-Moreau, La première rencontre mémorable entre un consommateur et une marque, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2008, co-direction Bernard Pras-Pierre Volle.

Belkis Ernez, La valeur de la relation et ses changements dans la relation de fidélité entre le fournisseur et le client industriel, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris Dauphine, 2009, co-direction Bernard Pras-Cécile Bozzo.

**Coordination d'Habilitations à diriger des recherches**

Joël Brée, Université Paris Dauphine, 1992

Bernard Cova, Université Paris Dauphine, 1993

Abdemajid Amine, Université Paris Dauphine, 1995

Emmanuelle Le Nagard, Université Paris Dauphine, 2001

## **ETUDES ET MISSIONS DIVERSES**

**Etudes et missions sur :** L'évolution de l'enseignement technique et professionnel (Observatoire de l'enseignement technique et Professionnel) ; Diagnostic stratégique de Groupe ESC Nantes (devenu Audencia, pour le groupe) ; L'avenir du papier permanent (pour le Centre National des Lettres) ; La reprographie et les ouvrages de librairie à l'horizon 2015 (pour le Centre National des Lettres) ; Analyse des stratégies à l'export de 1800 PMI (pour la CCI du Val d'Oise-Yvelines et le Ministère de l'Industrie : étude Connexion) ; Stratégies de firmes de production cinématographiques européennes (étude financée par l'Institut Européen de Recherche et d'Etudes Supérieures en Management) ; L'exportation du film français sur le marché américain (étude financée par le CSU de Lille II) ; Prise de décision collective en achat industriel (étude financée par l'Agence de l'Informatique) ; Programmation des centres commerciaux de la Vallée de Montmorency (étude réalisée pour le Ministère de l'Équipement) ; Analyse stratégique de la Cité des sciences et de l'Industrie (avec Bernard Forgues (pour le Ministre chargé de la recherche)

**Conseil, ingénierie, études (liste sélective):** stratégie de diversification de l'entreprise petit Bateau ; stratégie de Jacques Vabre ; conseil en marketing international (SNCF) ; ingénierie en formation pour la direction générale d'EDF-GDF ; ingénierie pédagogique pour le groupe PPR (avec Pierre Volle) ; étude des problèmes de concurrence et de tarification pour la direction d'EDF GDF Services Pays de Somme et aide à l'élaboration de leur planification stratégique (avec Jérôme Bon) ; prospective des métiers de la retraite et de la prévoyance (Groupe Malakoff) (avec Luc Boyer et Aline Scouarnec) ; stratégie de marque pour United Biscuit (et reprise d'entreprise par les salariés –site d'Houplines-) ; credo de Johnson & Johnson.

## **PROFESSEUR VISITANT**

Université de Keio (Tokyo : avril 2000-Juillet 2000)

## **DISTINCTION OU PRIX**

Economiste de l'Année, catégorie Aide au Management des Entreprises, Marketing, 1994 (Jury du Nouvel Economiste avec des personnalités du monde académique et de l'entreprise) ; ouvrage primé (Comportement du consommateur, avec Jean-Claude Tarondeau, 1981, prix Harvard Expansion et mention spéciale Académie des sciences commerciales).