

CURRICULUM VITAE

BOZZO Cécile

Date of birth: September 27, 1972

Status :

Assistant Professor (Maître de Conférence)

Aix-Marseille GSM - IAE
Chemin de la Quille-Puyricard
13089 Aix-en-Provence Cedex 2
Phone : 04.42.28.08.48
Fax : 04.42.28.08.00
E.mail : cecile.bozzo@iae-aix.com

EDUCATION

- 2000 Ph.D. in marketing – Aix Marseille University / Aix Marseille GSM - IAE
- 1996 DEA (Master 2 Research) in management science - Aix Marseille University / Aix Marseille GSM - IAE
- 1995 EDHEC Business School
- 1992 DEUG (two-year university degree) in economics – Nice University

Foreign languages (mentioned with an X)

Language	Read	Speak	Written
English	X	X	X
Spanish	X	X	X

ACADEMIC ACTIVITIES

Courses given currently at Aix Marseille GSM - IAE

- introduction to marketing
- consumer behavior
- communication
- CSR

SCIENTIFIC ACTIVITIES & OTHER

- Ph.D. Student co-supervision

2009: Belkis Ernez : « poids de la valeur de la relation et de ses changements dans une relation de fidélité en B to B. »
Ph.D. co-directed with Pr Bernard Pras - Paris Dauphine University.

2012: Muhammad Asif Khan : « pre-purchase determinants of brand avoidance : a study of negative attitudes and intentions » Ph.D. co-directed with Pr Dwight Merunka – Aix Marseille University / Aix Marseille GSM - IAE.

CURSUS (prior to joining Aix Marseille GSM - IAE)

- 2008- 2011 : Assistant professor - Aix Marseille University / Faculté d'Economie appliquée
- 2001 – 2008 : Assistant professor - Paris Dauphine University
- 1999 – 2001 : Temporary lecturer and Research Assistant - Aix-Marseille University
- 1996 – 2000 : Junior lecturer - Aix-Marseille University

RESEARCH AND PUBLICATIONS

- publications in refereed journals

Bozzo C. (2007) Trust in long term relationship: the customer, the firm and the salesrepresentative, Finanza Marketing e Produzione, 25, 1, 103-122.

Bozzo C. Merunka D. & J. L. Moulins (2007) Pochi consumatori fedeli abitano in paradiso, Micro & Macro Marketing, XVI

2, agosto, 223 – 247

Bozzo C. , Merunka D. & J. L. Moulins. (2003) Fidélité et comportement d'achat : ne pas se fier aux apparences, *Décisions marketing*, 32, 9-17

Bozzo C. (2002) Understanding Inertia in an Industrial Context, *Journal of Customer Behaviour*, 1, 3, 335-355
(DOI : 10.1362/147539202764441083)

● books and books chapters

Le marketing industriel, collection Topo, Dunod, septembre 2007. (ISBN – 2100500910)

Le groupe Européen pour l'Administration Publique (1975 – 2010) *Perspective pour le futur*, Alaux C. Bozzo C. et O. Keramidas *La stratégie marketing comme outil de développement d'un territoire : Etude comparative des capitales européennes de la culture*, Editions Bruylant, 2012.

● refereed proceedings conference papers

Bozzo C. & B. Ernez (2011) La fidélité du client industriel: le rôle du changement de valeur souhaité par le client et de la réactivité du fournisseur, 27ème Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing), Bruxelles, Belgique.

Ernez B. & C. Bozzo (2010) Customer's loyalty: the role of customer desired value change and supplier's response, 26th IMP (Industrial Marketing and Purchasing) Conference, Budapest, Hungary.

Bozzo C. (2010) Insatisfaction et stabilité du comportement : le cas des clients industriels, 26ème Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing), Le Mans.

Bozzo C (2009) Non-switching dissatisfied customers: explanations for a paradox, 25th IMP (Industrial Marketing and Purchasing) Conference, Euromed, Marseille

Alaux C. Bozzo C. et O. Keramidas (2009) *La stratégie marketing comme outil de développement d'un territoire : Etude comparative des capitales européennes de la culture*, Conférence MED 2 Dialogue Euro Méditerranéen de Management Public, Portoroz-Piran, Slovenia

Bozzo C. (2008) Different reasons why dissatisfied customers stay with their supplier, 24th IMP (Industrial Marketing and Purchasing) Conference, Uppsala, Sweden

Bozzo C. Merunka D. Moulins J. L. & P. Valette Florence (2008) Tous les Praticants ne sont pas des Fidèles : Analyses Typologique et Causale des acheteurs réguliers d'une Marque, 7th International Congress Marketing Trends, ESCP-EAP Ca' Foscari, Venice, Italy.

Fouchet R., Bozzo C. & O. Keramidas (2007) Public utility performance: Marketing in the public sector, maybe a not so bad idea, EGPA Annual conference, Public Administration and the Management of Diversity, Madrid, Spain.

Bozzo C. (2006) Trust in long term relationship: the customer, the firm and the salesrepresentative, 22nd IMP (Industrial Marketing and Purchasing) Conference, Bocconi University, Milan, Italy.

Bozzo C. , Merunka D. & J. L. Moulins (2006) Peu de consommateurs fidèles habitent au paradis, Fifth International Congress on Marketing Trends, Venice, Italy.

Bozzo C. (2004) Gérer la relation client : les services consommateurs, 17èmes Journées des IAE, IAE de Lyon

Bozzo C., Merunka D. & J. L. Moulins (2002) Une typologie des consommateurs « fidèles » : le Bon, la Brute et le Truand., 18ème Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing), Strasbourg.

Bozzo C. & S. Palmero (2002) Le marketing relationnel : application à une problématique RH, 16èmes Journées des IAE, IAE de Paris.

Bozzo C. (2002) Understanding inertia in an industrial context, 18th IMP (Industrial Marketing and Purchasing) Conference, ESC Dijon, Dijon (France).

Bozzo C. (2001) Regular and stable industrial buying behavior : classification based on the determinants of customer's behaviour, 17th IMP (Industrial Marketing and Purchasing) Conference, B. I., Oslo (Norway).

Bozzo C. (2000) Regular and stable industrial buying behavior : are the customers really loyal?, 5th Conference on Relationship Marketing, Emory University, Atlanta (USA).

Bozzo C. (2000) Les comportements d'achat stables et durables :fidélité, rétention ou inertie ?Une étude auprès de clients et de fournisseurs industriels. 15èmes Journées des IAE, IAE de Bayonne - Biarritz.

Bozzo C. (1999) Regular and stable industrial buying behaviour : loyalty, retention or inertia? 15th IMP Conference, University College Dublin (Ireland).

Bozzo C. (1999) Fidélité, rétention et inertie des clients industriels : proposition d'un modèle conceptuel. 15ème Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing), Strasbourg.