

CURRICULUM VITAE

DANO Florence

Date of birth: May 6, 1965

Statu :

Associate Professor (Maître de Conférences – HDR)

Aix Marseille GSM - IAE
Chemin de la Quille-Puyricard
13089 Aix-en-Provence Cedex 2

Phone : 04.42.28.08. 33
Fax : 04.42.28.08.00
E.mail : florence.dano@iae-aix.com

EDUCATION

- 1998: Accredited Research Supervisor, Aix Marseille GSM - IAE, (Université Paul Cézanne Aix Marseille III), France
- 1994: PhD in Management Science, Université Paris Dauphine, France
- 1989. DEA Stratégie et Marketing, Université Paris Dauphine. France

Foreign languages (mentioned with an X)

| Language | Read | Spoken | Written |
|----------|------|--------|---------|
| English | x | X | x |
| | | | |

ACADEMIC ACTIVITIES

Courses given currently at Aix Marseille GSM - IAE

- Market research
- Brand Management
- Consumer Behavior
- Strategic Marketing, Markstrat game

Corporate related academic missions :

- Since 2010, Pedagogical director of the MSc in Spécialized Management 's first year.

SCIENTIFIC ACTIVITIES & OTHER

- Member of PhD juries (2)
- Occasional reviewer since 1998 and the three best French marketing journals "Recherche et - Applications en Marketing", "Decisions Marketing" and "Revue Française du marketing".

CURSUS(prior to joining Aix Marseille GSM - IAE)

- 1989-1992 : Assistant lecturer, AER at the Paris Dauphine University.
- 1992-1996 : Senior lecturer at Euromed School of Management, Marseille.
- Since 1996, Senior lecturer at the IAE Aix-en-Provence, Graduate School of Management (Aix Marseille University), France

RESEARCH AND PUBLICATIONS

Research Awards and Distinctions

1. Dano F. (1994) « Contribution de la sémiotique à l'étude des attentes et représentations des consommateurs à l'égard des packagings ». *PhD awarded with a "Very Honorable » Distinction, unanimous congratulations of the Jury and encouragements to publish.*

Books

2. Barreaux J., Camelis C, Dano F, Eiglier P. Goudarzi K., Guerin A, Llosa S. sous la direction de Pierre Eiglier (2010), *La Logique Services, Marketing et Stratégies* ed Economica (ISBN : 2717858571)

Articles in refereed journals

3. Camelis C. Dano F., Goudarzi K., Hamon V. et Llosa S. (2013), Le rôle des co-clients et leurs mécanismes d'influence sur la satisfaction globale durant une expérience de service *Recherche et Applications en Marketing*, vol 28, 1-24.
4. Dano F., Llosa S., Orsingher C. (2006). Words, Words, mere words ? An analysis of customers evaluations of services *Quality Management Journal*, vol 13, issue 2, 46-53
5. Dano F., Hamon V., Llosa S. (2004) La qualité des études qualitatives : Principes et pratiques *Décisions Marketing*, n°36, 11-26
6. Dano F, Roux E. et Nyeck S. (2004), Analisi comparata dei consumatori e delle marche nella cosmetica maschile, (en collaboration avec Roux E & Nyeck S Dano F) *Micro & Macro Marketing*, n°3, Dicembre.
7. Dano F, Roux E. et Nyeck S. (2003), Les hommes, l'apparence et les cosmétiques : approche socio-sémiotique, *Décisions Marketing*, Janvier-Mars.
8. Dano F. (1998), Contribution de la sémiotique à la conception des conditionnements, *Recherche et Applications en Marketing*, vol 13, n°2. (EAN13 : 9782706107979)
9. Dano F. (1998), Les associations valorisées par les consommateurs : une approche perceptuelle du capital marque, avec Sophie Changeur, Actes du Congrès de l'Association Française du Marketing, Bordeaux, mai.
10. Chandon J-L et Dano F. (1997), Analyses typologiques confirmatoires, évaluation d'une partition sémiotique hypothétique, *Recherche et Applications en Marketing*, vol 12, n°2. (EAN13 : 9782706107448)
11. Dano F. (1996), Packaging : une approche sémiotique, *Recherche et Applications en Marketing*, vol 11, n°1. (EAN13 : 9786000011086)

Refereed Proceedings Conference Papers

12. Camelis C, Dano F. & Hamon V. (2012) The influence of other customers on satisfaction towards the service delivery, Accepted at "12ème International Research Conferences in Services Management", La Rochelle, France, 12-14 July 2012.
13. Camelis C, Dano F., Hamon V. & Llosa S. (2011) How other customers influence client satisfaction during the service delivery 2011 Academy of Marketing Science World Marketing Congress (WMC) Reims Management School, Reims, Champagne, France. 19 - 23 juillet.
14. Goudarzi K., Camelis C, Dano F. & Llosa S. (2011), How other customers influence client satisfaction during service delivery, The Naples forum on services, Capri, Italy, June 14 - June 17
15. Camelis C, Dano F., Goudarzi K., Hamon V. & Llosa S. (2011) « Et les autres clients alors? Quels rôles jouent-ils dans la satisfaction des consommateurs pendant l'expérience de service? » 27ème Congrès international de l'Association Française de Marketing, Bruxelles, mai
16. Hamon V. & Dano F. (2005), Tourisme durable et quête d'authenticité : l'anthropologie au service du marketing, Journée AFM Recherche en Marketing des activités touristiques et de loisir, Chambéry le 10 juin.
17. Dano F., R. Roux & E. Tissier-Desbordes (2005), De l'école au collège : Évolution des interactions mère-fille dans le cadre de décisions d'achat, 4th European Marketing Trends Congress – Paris, Janvier.
18. Dano F., Roux E & Nyeck S. (2003), Analyse comparée des discours des consommateurs et des marques de cosmétiques pour hommes, Actes du « 3ème Congresso « Tendenza del Marketing », Venise, 28-29 novembre.
19. Dano F, Llosa S. & Orsingher C. (2003), Words mere words ? An analysis of services customers' perception of evaluative concepts, AMA Servsig Service Research Conference, Reims, 12-14 juin.
20. Dano F., Llosa S. & Orsingher C. (2003), Evaluer un service : les mots pour le dire, Actes du XIIème congrès de l'Association Française du marketing, Gammarth Tunis, mai.
21. Dano F. & Eiglier P. (2002), Marque de service : spécificités et enjeux, Actes des journées AFM sur la marque, 12 décembre.
22. Dano F. (1999), Du système de valeur au produit : contribution de la sémiotique au développement

- marketing du produit, 2^{ème} Colloque « Les métiers de la sémiotique II : les objets au quotidien », CeReS, Université de Limoges, 28 et 29 Mai.
23. Changeur S. & Dano F. (1998), Les associations valorisées par les consommateurs : une approche perceptuelle du capital marque (en coll. avec Sophie Changeur), *Actes du 14^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Bordeaux, Mai.
 24. Dano F. (1998), Contribution de la sémiotique à la conception des packagings, *Actes des 14^{èmes} Journées Nationales des IAE*, Nantes, Avril.
 25. Changeur S. & Dano F. (1996), Aux sources du capital-marque : le concept d'associations de la marque, *Actes du 12^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Poitiers, Mai.
 26. Dano F. (1995), A Semiotic model for interpreting the underlying system structuring consumers' representations toward packaging, *Proceeding of the International Research Seminar on Marketing Communication and Consumer Behavior*, La Londe les Maures, Juin.
 27. Chandon J.L & Dano F. (1995), Analyses typologiques confirmatoires, évaluation d'une partition sémiotique hypothétique, *Actes du 11^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Reims, Mai.
 28. Dano F. (1993), Attentes et représentations des consommateurs à l'égard des packagings, *Actes du 1^{er} Colloque Jeunes Chercheurs*, CERIAM – Université de Savoie, Méribel, Février.