

JACQUEMIER -PAQUIN Laure



Maître de Conférences
I.U.T. Toulon Var, Dpt. G.E.A.

laure.jacquemier-paquin@univ-tln.fr

FORMATION

2005 – **Doctorat en Sciences de Gestion**, I.A.E. de Caen, Université de Caen Basse-Normandie, au titre de la thèse soutenue le 14 novembre 2005 sous la direction du Professeur J. Brée, Mention Très Honorable avec les félicitations du Jury à l'unanimité.

Intitulé de la thèse : « L'influence de l'odeur sur la perception du bénéfice produit : les mécanismes de persuasion de l'odeur »

1999 – **Diplôme d'Etudes Approfondies en Sciences de Gestion**, groupe EM Lyon, IAE de Lyon

1998 – **Ecole Supérieure de Commerce de Chambéry**, Option Marketing Vente

1994-1995 – **Préparation aux Hautes Etudes Commerciales** - Voie Générale, Marseille, Lycée Thiers.

Juin 1994 – **Baccalauréat série C**, Marseille, Lycée Thiers, Mention Assez Bien

PARCOURS UNIVERSITAIRE

Depuis
2016

Mise à disposition de l'I.U.T. T.C d'Aix-en-Provence, MCF Sciences de Gestion

D.U.T. TC 1^{ère} année – Etudes et Recherches Commerciales

Licence Professionnelle Marketing et Réseaux de Communication – Stratégies

Responsable des stages et projets tuteurés, Licence Professionnelle Marketing et Réseaux de Communication, I.U.T. TC d'Aix-en-Provence

Depuis
2007

Maître de Conférences en Sciences de Gestion, I.U.T. G.E.A. Toulon,

D.U.T. GEA 1^{ère} et 2^{ème} Année (Stratégie d'entreprise, Marketing Management, Marketing opérationnel, Conception et Méthodes d'enquêtes, Activité de synthèse, Jeu d'entreprise, création d'entreprise)

Licence Professionnelle Management des Organisations, Spécialité Entrepreneurat (Gestion de l'innovation Marketing, Gestion du Positionnement)

Licence Professionnelle Management des Organisations, Spécialité Management de la Qualité (Marketing et Qualité, Méthodes d'enquête de satisfaction)

2005-2007

CERAM Sophia – Antipolis - Professeur Affilié (Marketing fondamental, opérationnel, Marketing de la marque, Séminaire Comportement du consommateur)

EDHEC Nice – Vacataire (Etudes de marché)

ESPEME – Groupe EDHEC, Nice – Vacataire (Comportement du consommateur)

ESSCA d'Angers, site de Paris –Vacataire (Comportement du consommateur)

2003-2005, **ATER, I.U.T. T.C. de Rouen** (Etudes et Recherches Commerciales, Marketing Stratégique, Jeux de Simulation d'Entreprise)

2001–2003, **Assistante pédagogique** – Département Marketing, ESC de Rouen

ACTIVITES DE RECHERCHE

Domaines de Recherche

Marketing sensoriel, Marketing olfactif, Comportement du consommateur, Gestion du Positionnement

Responsabilité Sociétale des entreprises, Management de la qualité, Développement durable

Publications dans des revues à comité de lecture

Projet en cours de rédaction : Refonte d'un article « Le rôle des odeurs dans la formation des croyances envers un produit nouvellement parfumé – application à deux catégories de produits » soumis initialement à la revue *Recherche et Applications en Marketing* (2009) en vue d'une publication dans la *Revue Française du Marketing*. Travail coordonné avec Pr. J. Brée

(2001), L'étude de la perception des odeurs : le cas d'une Société de Transport en Commun, **Décisions Marketing**, n°22, Janvier-Avril, pp. 33-42.

Communications dans des congrès à comité de lecture

(2013) Un prix régional en RSE : quel levier d'engagement pour les PME ?, 13-14 juin 2013, **Congrès des I.A.E.**, Université de Nice, avec Bon V, Pensel J-L.

(2013) L'usage du Web comme outil par des PME Responsables, 22-24 mai 2013, **18^{ème} Colloque de l'AIM.**, I.A.E. Lyon, EM Lyon Business School, avec Bon V, Morlet D., Pensel J-L.,

(2013) Un prix régional en RSE : quel levier d'engagement pour les PME ?, 28-29 Mars 2013, **10^{ème} Congrès de l'ADERSE**, Université de Brest, avec Bon V, Morlet D., Pensel J-L..

(2006) L'influence de l'odeur sur la formation des croyances et la perception du bénéfice produit, **Acte des 5^{èmes} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, Société et Consommation, Caen, 23-24 mars.

(2005), Méthode interactive d'enseignement des Etudes et Recherches Commerciales, **Acte du Colloque CNR'IUT 2005**, 26-27 mai, Institut Universitaire et Technologique de Rouen, Presse Universitaire de Rouen, avec Adam-Ledunois S.

(2005), L'influence de l'odeur sur le bénéfice perçu : Premiers résultats d'étude qualitative, **Acte du 4th International Congress Marketing Trends**, ESCP-EAP, Paris, January 21-22. www.escp-eap.net/conferences/marketing/2005_cp/.../Fr/Jacquemier.pdf

(2003), L'influence de l'odeur sur le bénéfice perçu, **Colloque Doctoral de l'Association Française de Marketing**, Ham-Cergy, 6-7 mai.

(2003), L'intégration des odeurs dans un contexte marketing a-t-elle un sens ? **Acte des 2^{èmes} Journées Normandes du Colloque « Sociétés et Consommation »**, IAE Caen, 31 mars-1^{er} avril.

Autres communications

(2010), Comment intégrer la recherche dans nos enseignements ? Application à la conception et la méthode d'enquête en Marketing, 4^{ème} **Journées Scientifiques de l'Université du Sud Toulon-Var**, Laboratoire de recherche RIVAGE, 25 février, Université du Sud Toulon Var

(2008) The use of odor in the design of a commercial offer, **1SQS Simposium de Quimica Sensorial**, Barcelone, 21 Octobre www.percepnet.com/sqs/pdf/Resumen_Jacquemier.pdf

(2007) Le rôle des odeurs dans les produits de grande consommation : innovation ou rénovation ? **Congrès International de Recherche Cosmétique, Cosm'Innov**, Orléans, 11-12 Octobre.

Cahiers de recherche

(2002-2003), L'intégration de l'odeur dans un contexte marketing a-t-elle un sens ? Bilan des recherches et conceptualisation, **Cahier de recherche IREM**, ESC Rouen, n°43.

(2001), Contribution à l'étude de la perception olfactive d'un point de vue marketing, **Working Paper CIME Strat'M**, IAE Caen, n°10.

(2000), L'utilisation des odeurs dans un environnement commercial, **Les cahiers lyonnais de Recherche en Gestion**, n°21, Mai, pp. 95-114.

ACTIVITES PEDAGOGIQUES

(2016), Jardiland retaille son modèle, Etude de cas en cours de soumission Centrale Pédagogique

(2015), Bénéteau : cap vers le grand large, Etude de cas, la Centrale Pédagogique

(2009), Essilor : un modèle incassable ?, Etude de cas déposée à la **Centrale des IUT**, G900, 1^{er} prix concours 2009.

(2002), Ford Fiesta, Etude de cas Marketing déposée à la CCMP (**Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques**), M1259, 84p, avec Lagier. www.supportscoursenligne.sciences-po.fr/.../Ford%20Fiesta.pdf

RESPONSABILITES ADMINISTRATIVES

Depuis 2016, **Responsable des stages et projets tuteurés**, Licence Professionnelle **Marketing et Réseaux de Communication**, I.U.T. TC d'Aix-en-Provence

2014-2016, **Pilotage des déclarations des heures de service des personnels enseignants (permanents et vacataires)** pour le département G.E.A. Toulon

2012-2013, **Chef du département G.E.A.**, IUT Toulon La Garde (18 titulaires, 12 groupes de DUT, 5 groupes de Licences Professionnelles)

2010-2011 - **Directrice de diplôme D.U.T. G.E.A.**, formation Mars (1^{ère} et 2^{ème} année - formation décalée – entrée en Mars)

2007-2009 - **Directrice d'études, Licence Professionnelle, Management des organisations, Management de la qualité**

2003-2005 - **Secrétaire de l'Association, Journées Normandes de la Consommation**, présidée par Pr. Joël Brée (IAE Caen, ESC Rouen) et Mcf. Eric Rémy (IAE Rouen), régie par la loi 1901. Membre du comité d'organisation du colloque « Les Journées Normandes de la Consommation : Société & Consommation »