



SECK Anne Marianne

I- SITUATION ACTUELLE

Maître de conférences en Sciences de gestion, Faculté d'Economie et de Gestion, Aix Marseille Université, responsable du Master 1 et 2 Management du Commerce International et de la licence 3 Pro Management multi canal du commerce de détail, chercheure au CERGAM (Centre d'Etudes et de Recherche d'Aix Marseille).

II- TITRES UNIVERSITAIRES-QUALIFICATIONS

Janvier 2010 : Qualification aux fonctions de Maître de Conférences, Section C.N.U : 06 - Sciences de Gestion, n° de qualification : 10206209565.

2009 : **Doctorat es Sciences de Gestion**, soutenu le 24 novembre 2009, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, Laboratoire CERGAM (Centre d'Etude et de Recherche en Gestion d'Aix-Marseille), *Mention* : « *très honorable avec Félicitations* » *du jury*.

- *Sujet* : « Qualité de service et satisfaction du client dans un contexte de distribution multi canal des services ».
- *Directeur de recherche* : Professeur PHILIPPE Jean, Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III.

2005 : **Master 2 Recherche en Stratégies Industrielles et Financières Internationales** (Option Marketing), Faculté d'Economie Appliquée, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III, *Mention Bien*.

2002 : **Maîtrise en Gestion informatisée**, Unité de Formation et de Recherche (UFR) de Sciences Economiques et de Gestion, Université Gaston Berger, Saint-Louis, Sénégal, *Mention Assez-bien*.

2000 : **Diplôme d'Etudes Universitaires Générales en Sciences Economiques et Gestion**, Unité de Formation et de Recherche (UFR) de Sciences Economiques et de Gestion, Université Gaston Berger, Saint-Louis, Sénégal.

III- FONCTIONS PEDAGOGIQUES

Depuis septembre 2010 : Maître de conférences en Sciences de gestion, Faculté d'Economie et de Gestion, Aix Marseille Université.

Septembre 2009-Août 2010 : Attachée Temporaire à l'Enseignement et à la Recherche à l'Institut Universitaire de Technologie d'Avignon, au Département Génie du Conditionnement et de l'Emballage.

Septembre 2008- Août 2009 : Attachée Temporaire à l'Enseignement et à la Recherche à la Faculté d'Economie Appliquée de l'Université Paul Cézanne d'Aix Marseille III.

Octobre 2005- septembre 2008 : Allocataire de recherche et monitrice recrutée dans le cadre du monitorat d'initiation à l'enseignement supérieur à la Faculté d'Economie Appliquée de l'Université Paul Cézanne d'Aix Marseille III.

IV- ACTIVITES DE RECHERCHE

▪ **Domaine de recherche**

- *le management de la distribution multi canal,*
- *comportement du consommateur*
- *le management des TIC,*
- *l'innovation dans la distribution.*

▪ **Publications et communications**

➤ **Articles dans des revues classées :**

- Diallo, M.F., Diop-Sall F. et Seck A.M. (2015), « L'innovation perçue et ses conséquences dans les centres commerciaux modernes d'Afrique : L'exemple du Sénégal », *Management et Avenir*, n°81, pp.57-79.
- PACHE G., SECK A. M., Fulconis F. (2014), « Quels bénéfices peut retirer l'entreprise d'un management multicanal intégratif ? », *La Revue des Sciences de Gestion*, p. 55-63.
- Diallo M.F., Philippe J. et Seck A.M. (2014), "La qualité de service dans la grande distribution brésilienne : effets sur l'intention d'achat de la marque de distributeur", *Economies et sociétés*, série EGS, no 15, 4/2014, pp. 695-718.
- SECK A. M. et PHILIPPE J. (2013), Service Encounter in Multi-Channel Distribution Context: Virtual and face-to-face interactions and consumer satisfaction, *The Service Industries Journal*, Vol.33, n°6, pp. 565-579.
- SECK A. M. (2013), Interaction of channels within a context of multichannel services distribution : the issue of multichannel integration, a key challenge for service firms, *International Business Research*, Vol.6, n°2, pp.160-167.

- SECK A.M. (2010), L'impact de l'émergence du multi canal sur la gestion de la distribution des services, *Economies et Sociétés*, Série « Economie et Gestion des services », EGS, n°11, 2, p.231-250.

➤ Chapitre dans des ouvrages collectifs

- SECK A. M. (A paraître), La distribution multi canal des services à l'international, in Philippe, J. et al. (Ed.), « Innovation et internationalisation : un couplage dynamique pour les entreprises de services », Editions Harmattan, Paris.
- DIALLO M. F. et SECK A. M. (2014), Le secteur de la grande distribution : analyse théorique et recommandations – Le cas du Sénégal, in Diallo M.F., Sall D. F. et Seck A. M. (Ed.) (2014), *Management des activités publiques et privées : Le cas du Sénégal*, Editions Harmattan - Sénégal.

➤ Ouvrages

- Aldebert A., Bertrand D., Monnoyer M-C., Seck A. M. (2016), *Les relations client-fournisseurs : créer de la valeur via les systèmes d'information*, Lavoisier, 120p.
- Diallo M.F., Diop F.S. et Seck A-M. (Ed.) (2014), *Gestion des activités publiques et privées en milieu africain : L'exemple du Sénégal*, L'Harmattan.
- SECK A.M. (2011), *La satisfaction du client dans un contexte de distribution multi canal: Une application au secteur bancaire*, Editions Universitaires Européennes, Broché, 380p.

➤ Articles dans des congrès avec comité de lecture :

- Aldebert B., Bertrand D., Monnoyer M-C. et Seck A. M. (2014), Les Portails Technologiques Collaboratifs (PTC) et création de valeur dans la relation entre deux grandes entreprises françaises et leurs fournisseurs : une étude exploratoire, *19^{ème} colloque de l'AIM*, Aix-en-Provence, 20-21 mai.
- Diallo M.F., Sall D. F. et Seck A.M. (2014), L'innovation dans les centres commerciaux : application à un pays moins avancé, *30^{ème} congrès de l'AFM*, Montpellier, 14-16 mai.
- Aldebert B., Seck A. M., Monnoyer M-C. (2013), Inter organizational information system and value creation: a conceptual model, *XXIII International RESER Conference*, Aix-en-Provence, 19-21 septembre.
- Diallo M.F., Sall D. F. et Seck A.M. (2013), Perception d'une offre commerciale dans le secteur de la grande distribution : le cas du Sénégal, *5^{ème} édition du colloque EIDEV*, Aix-en-Provence, 21 juin.
- Diallo M.F. et Seck A.M. (2013), Effect of retail service quality on store brand perceived risk and purchase intention: Evidence from the Brazilian market, *17th Conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD)*, 3-5 juillet, Valencia, Espagne.
- Diallo M.F. et Seck A.M. (2012), La qualité du service dans la distribution : effet sur l'attitude et l'intention d'achat de la marque de distributeur, *Actes 15^{ème} Colloque Etienne THIL*, Lille (29-30 novembre), France.
- Diallo M.F., Philippe J. and Seck A.-M. (2012), "Retail service quality: influence on store brand purchase behaviour of global and local firms", *Proceeding 22nd RESER Conference*, Bucarest (September 20-22), Romania.

- SECK A. M., Fulconis F. et PACHE G., 2012, Le processus d'intégration multi-canal: entre performance logistique et capture de clients, *9th International Meetings on Logistics Research*, 15-17 Août, Montréal.
- SECK A.M., 2012, Interaction of channels within a context of multichannel services distribution: the issue of multichannel integration, a key challenge for service firms, *Colloque sur l'innovation et l'entreprenariat*, 6 juillet, Aix-en-Provence.
- SECK A.M. & DIALLO M.F. (2011), Analyse du comportement multi canal du client en termes d'évaluation : quels sont les facteurs influençant sa satisfaction globale ?, *14e Colloque Etienne Thil*, 22-23 septembre, Roubaix, France.
- SECK A. M. (2011), Qualité de service et satisfaction du client dans un contexte de distribution multi canal, *27ème congrès International de l'AFM*, 18-20 mai 2011, Bruxelles.
- SECK A.M. & Philippe J. (2010), Customers' interaction between physical and virtual channels and its impact on their overall satisfaction within a context of multi-channel service distribution, *1st Brazilian symposium on services science*, Brazilia, 17 to 19 November.
- SECK A.M. (2010), Interaction of channels within a context of multichannel services distribution: the issue of multi-channel integration, a key challenge for service firms, *20th International RESER Conference*, September 30th to October 2nd, Gothenburg, Sweden
- SECK A.M. (2008), L'expérience du client dans un contexte de distribution multi canal des services : sur quoi se fonde l'évaluation globale du client ? *13ème Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne*, 13-14 novembre, Dijon.
- SECK A.M. (2008), La Distribution multi canal des services en B to C : caractéristiques et challenges, *7ème Congrès International des Tendances du Marketing*, Venise, 17-19 janvier.
- SECK A.M. (2007), L'innovation dans la distribution des services : l'émergence du multi canal, *17ème Conférence Internationale du RESER*, Tampere, Finlande, 13-15 Septembre.

V- ACTIVITES PEDAGOGIQUES

▪ Matières enseignées

- Management des projets internationaux
- Marketing stratégique et comportement du consommateur
- Les grands principes du marketing
- Marketing international
- Commerce international
- Stratégie d'entreprise
- Etudes de marché

VI- CONTACT

Email : anne-marianne.seck@univ-amu.fr

Adresse : Faculté d'économie et de Gestion, 15/19 Allée Claude Forbin, 13627 Aix-en-Provence