

Julie Mercier

10.06.1981

julie.mercier@iae-aix.com

<https://www.linkedin.com/in/mercierjulie>



<u>FONCTION</u>	Enseignant-chercheur en Marketing
<u>DOMAINES DE RECHERCHE</u>	Management de la marque/marque employeur Comportement du consommateur
<u>FORMATION & DIPLOMES</u>	<p><u>2013</u> : Qualification au titre de Maître de Conférences</p> <p><u>2012</u>: Doctorat en Sciences de Gestion, spécialité Marketing, CERGAM EA4225, IAE d'Aix-en-Provence, Aix-Marseille Université. Titre : Un modèle identitaire des relations des consommateurs aux marques : le rôle modérateur des images de marque Directeur de thèse : Pr. Elyette Roux Mention très honorable avec félicitations du jury (25 octobre 2012)</p> <p><u>2010-12</u> : ATER IUT TC, Montpellier II</p> <p><u>2009</u> : CEFAG (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion, www.cefag.org).</p> <p><u>2007-2010</u> : Allocataire de Recherche (Première au concours des Allocations de Recherche 2007)</p> <p><u>2007</u> : Master II Recherche en Sciences de Gestion, spécialité Marketing, Mention Bien, IAE d'Aix-en-Provence, Aix-Marseille Université.</p> <p><u>2006</u> : Master II en Management, spécialité Marketing et Management de Projet, Mention Bien, CERAM, European Business School of Management, Sophia-Antipolis.</p>
<u>FONCTIONS & POSTES OCCUPES</u>	<p><u>2017 (Février)</u> : Vacataire ESC de La Rochelle (30h)</p> <p><u>2015-2017 (Mars 17, Dec. 16, Mai 15)</u>: Vacataire KEDGE Bordeaux (60h)</p> <p><u>2016 (Octobre)</u> : Vacataire IAE de La Rochelle (4h)</p> <p><u>2013-16</u> : MCF Contractuelle, IAE de La Rochelle (250h/an)</p> <p><u>2013-16</u>: Vacataire ESC de La Rochelle (50h/an)</p>

2011-12 : **Vacataire** Rise, Nîmes (50h)

2010-12 : **ATER** IUT TC, Montpellier II (192h/an)

Livres et Chapitre de livres

2016 : J.Mercier et J. Viau, Marsh : Recycler, c'est assurer!

Ouvrage collectif : « 10 cas de RSE » Dunod

<http://www.institut-irsi.org/publication-louvrage-10-cas-rse-etudes-cas-responsabilite-societale-entreprises/>

2011 : Emmanuelle Reynaud, Hélène Fallourd, Thi Nam Giang Phan, Renaud Troussel, Quentin Bruand, Muhammad-Omer Farooq, Thanh Hien Ha-Vu, Julie Mercier, Koulani Rezaire.

« L'  thique en recherche ou les éthiques en recherche ? »
Chapitre 10, dans Stratégies d'entreprises en développement durable, *L'Harmathan*, coll.   thique en contextes.

Etude de cas publiée

2015 : Mercier, J. Viau et D. Reau-Diet (M1882)

Coup de à CCMP 2015

<http://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-le-parefouling-une-solution-innovante-et-ecolo-pour-les-bateaux-qui-hivernent-a-flot>

**PUBLICATIONS ET
PRESENTATIONS EN
CONFERENCES**

Communications publiées dans actes de conférences

2015 : **CAMOT International Conference**, 6-8 Juillet, La Rochelle

Présentation en anglais du cas Parefouling (J. Mercier)

2011 : **27  me Congrès de l'AFM**, 18-20 Mai, Bruxelles

Mercier J., Moulins J.L. et Roux E. « Relations à la marque et diffusion de communications de bouche à oreille ».

2011 : **10th International Marketing Trends Congress**, 20-22 Janvier, Paris.

Mercier J., Roux E. et Moulins J.L. « Développer la relation à la marque pour créer un Bouche-  -Oreille favorable »

2010 : **15  me JRMB**, 18-19 Novembre, Dijon.

Mercier J., Roux E. et Moulins J.L. « Tous les chemins relationnels ne mènent pas au bouche à oreille

2010 : **9th International Marketing Trends Congress**, 21-23 Janvier, Venise.

Mercier J. « Les composantes de l'Identité comme déterminants de l'Engagement à la marque », Working paper n  870, IAE Aix en Provence.

	<p>2007 : Workshop CERGAM : E. Roux ; J.L. Moulins CRET-LOG, ESCP-EAP ; avec F. Magnoni, A. Kessous et J. Mercier Novembre, Aix-en-Provence. « Les relations des consommateurs aux marques : proposition d'un modèle »</p> <p>Recherches en cours</p> <p>2016 : Employer branding en coll avec J. Peterson MCF IAE Aix (Journal of Brand Management, Journal of Marketing Management) Réalisation d'entretiens : 45 entretiens qualitatifs</p>
<p><u>SEJOURS DE RECHERCHE A L'ETRANGER & SEMINAIRES</u></p>	<p>2013 (Mars-Août) : Empire State College, State University of New York (SUNY). Sponsor: Pr. François de Paul Silatchom.</p> <p>2010 (Avril - Juin) : North Carolina State University (NCSU), Raleigh. Sponsor : Pr. David Henard.</p> <p>2010 (6 avril) : Séminaire du Professeur Moorman C., (Université de Duke) Les formations « vente » des distributeurs : formation générale vs. formation par les fournisseurs.</p>
<p><u>COURS ENSEIGNES</u></p>	<p>Fondamentaux Marketing L1/L3 Marketing opérationnel L2 Marketing des produits L2 Marketing expérientiel ESC1/ESC2 Etudes de marché L1, L3 Gender Marketing M2</p> <p>Marketing des services M1/ESC2 Gestion de la relation client L2/ESC3</p> <p>Communication Marketing Intégrée L3</p> <p>Marketing des Ressources Humaines M1 Marque employeur M1/M2</p> <p>Politique de Prix dans les services M2</p> <p>Business Game : Développement durable Business Game : Tourisme/hôtellerie (en Anglais) Coordinatrice jeu d'entreprise L3</p> <p>Problématiques économiques appliquées L2 Culture et expression L2</p> <p>Tutrice Stage et mémoires M1/M2/ESC3</p>
<p><u>AUTRES EXPERIENCES</u></p>	

<p><u>PROFESSIONNELLES</u></p>	<p>2013 (Décembre) : Activité de conseils auprès d'une agence de communication DUNK Marseille, spécialisée en Web et Motion Design.</p> <p>2008 : Assistante de Recherche Pour les Pr Moulins J.L et Roux E., Analyse de données pour un projet de recherche de la Chaire Marketing et Communication de l'ESCP-EAP, De l'Image de Marque à la Fidélité : Mariage de Raison, d'Amour ou de Convenance Sociale ?, <i>8th International Marketing Trends Congress</i>, Janvier, Paris, 2009.</p> <p>2005 (Janvier - Juin) : Assistante Marketing pour une compagnie d'assurances de travaux publics, ASEFA, Madrid, Espagne.</p>
<p><u>LANGUES</u></p>	<p>Anglais : lu, parlé, écrit Espagnol : notions</p>