***Curriculum Vitae***

***Stéphanie NGUYEN***

**Maître de conférences en Sciences de Gestion, spécialisée en Marketing**

*Faculté d’Économie et de Gestion, Aix-Marseille Université (FEG) Centre d’Études et de Recherche en Gestion d’Aix-Marseille (CERGAM) Chaire Légitimité Entrepreneuriale (CLE)*

## MEGA – Site Pauliane

424 chemin du Viaduc, 13080 Aix-en-Provence

06 31 11 80 51

[stephanie.nguyen@univ-amu.fr](mailto:stephanie.nguyen@univ-amu.fr)

***Doctorat en Sciences de Gestion (section 06)***

Thèse « Les services collaboratifs : Définition et étude de deux spécificités, l’interchangeabilité des pairs et le contournement de la plateforme. » soutenue le 24 novembre 2020 à l’Université d’Aix-Marseille sous la direction du Pr. Sylvie LLOSA

# Articles et chapitres d’ouvrage publiés

2024 Article publié: **Nguyen, S**., Bertrand, D., Llosa, S., & Alemany Oliver, M. (2024). Exploring Bypass Practices on Sharing Platforms: A Typology of Users Who Bypass and Those Who Don’t. *Journal of Business Ethics*. https://doi.org/10.1007/s10551-024-05779-9

2024 Article publié: **Nguyen, S**., Nicod, L., & Llosa, S. (2024). Preventing bypass on sharing economy platforms: The impact of message framing on users’ bypass intention. *Journal of Business Research,* 179, 114678. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114678

2023 Article publié: **Nguyen, S.**, & Llosa, S. (2023). When users decide to bypass collaborative consumption platforms: The interplay of economic benefit, perceived risk, and perceived enjoyment. *Tourism Management, 96,* 104713. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104713

2022 Chapitre d’ouvrage publié : **Nguyen, S.** La littérature en tourisme consacrée à l’économie du partage et la consommation collaborative : Une revue systématique basée sur les méthodes bibliométriques (Chapitre 12). Dans Petr, C., Bourgeon-Renault, D., & Jarrier, E. (2022). Théories et pratiques du marketing de la culture et du tourisme dans un contexte d'innovation. Éditions EMS. Labellisé « Ouvrage de recherche collectif » par la FNEGE

2020 Article publié : **Nguyen, S.**, Didi Alaoui, M., & Llosa, S. (2020). When interchangeability between providers and users makes a difference: The mediating role of social proximity in collaborative services. *Journal of Business Research, 121,* 506–515. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.021

# Communications et séminaires de recherche

2024 Congrès International de l’AFM: **Nguyen, S.**, & Llosa, S. (2024). Une Étude Exploratoire sur le Plaisir de Contourner les Plateformes Collaboratives. *40ème Congrès International de l’Association Française de Marketing (AFM)*

2024 La Londe Service Marketing Conference: **Nguyen, S.** (2024). The influence of message framing on bypass intention for sharing platform users.

2021 European Marketing Association Conference (EMAC): **Nguyen, S.**, & Llosa, S. (2021). Using bibliometric analysis to perform a longitudinal review of the technology-driven literature on customer experience. *50th European Marketing Association Conference (EMAC)*

2021 Congrès International de l’AFM : **Nguyen, S.**, & Llosa, S. (2021). Etude des motivations du contournement des plateformes d'échanges collaboratifs. *37ème Congrès International de l’Association Française de Marketing (AFM)*

2020 European Marketing Association Conference (EMAC): **Nguyen, S.** (2020). International Journal of Research in Marketing: A systematic review from its foundation in 1984 until 2019, using bibliometric analysis. *49th European Marketing Association Conference (EMAC).*

2020 La Londe Service Marketing Conference: **Nguyen, S.** (2020). When users bypass intermediation platforms to exchange directly with their peers: an exploratory study to understand consumption resistance behaviors.

2020 Colloque sur le Marketing Digital: **Nguyen, S.**, & Llosa, S (2020). La recherche en marketing sur l’économie du partage et la consommation collaborative: Une revue systématique basée sur les méthodes bibliométriques.

2019 Congrès International de l’AFM : **Nguyen, S.**, Didi Alaoui, M., & Llosa, S. (2019).When putting yourself in someone else’s shoes makes a difference: The role of interchangeability between service providers and service consumers in collaborative services. *35ème Congrès International de l’Association Française de Marketing (AFM)*

2018 Journée de la Relation à la Marque dans un Monde Connecté : **Nguyen, S.**, & Llosa, S. (2019). On the difficulty to define the Sharing Economy and Collaborative Consumption-Literature review and proposing a different approach with the introduction of 'Collaborative Services'. *Journée de la Relation à la Marque dans un Monde Connecté* (*JR2MC), 19-25*

# Responsabilités pédagogiques et scientifiques

Depuis 2021 Responsable pédagogique de la Licence 3 Gestion des Entreprises

Depuis 2021 Membre du Comité de Pilotage, Responsable du pôle Plateformes Numériques de la Chaire Légitimité Entrepreneuriale,

# Activités d’enseignement

2019/2024 Faculté d’Économie et de Gestion,Aix-Marseille Université :

* CM et TD de Communication Numérique pour des étudiants de master 1
* CM de Web Marketing pour des étudiants de master 2
* CM d’Etudes de Marché pour des étudiants de licence 3
* CM d’Introduction à la Gestion pour des étudiants de licence 1
* CM de Principes de marketing pour des étudiants de licence 1
* CM de Marketing Stratégique International pour des étudiants de licence 3
* TD de Segmentation et Positionnement pour des étudiants de licence 3
* CM et TD de Marketing International pour des étudiants de Licence 3 et Master 1

***Diplômes, expériences professionnelles***

2021 Maitre de conférences en Sciences de Gestion – Faculté d’Economie et de Gestion, Aix-Marseille Université, CERGAM

2021 Qualification au sein du corps de maître de conférences, section 06 – CNU

2020 Diplôme de doctorat en Sciences de Gestion – Aix-Marseille Université

2019/2021 Attachée Temporaire d’Enseignement et de Recherche – Faculté d’Economie et

de Gestion, Aix-Marseille Université, CERGAM