



Prénom NOM :

Hervé FENNETEAU

Titre :

Professeur des Universités

e- Mail :

herve.fenneteau@umontpellier.fr

Bureau :

B424

FONCTION

Pôle	
Responsabilités pédagogiques	Directeur du Master 2 Marketing Stratégique des produits et des marques

CARRIERE

Année d'entrée dans l'établissement	Septembre 1986
Diplôme(s) et distinction(s)	Habilitation à diriger des recherches (1993)
Ancien élève de l'établissement	
Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s)	

LANGUES

Langue(s) étrangère(s) maîtrisée(s)	Anglais lu
--	------------

ENSEIGNEMENT

Domaine d'enseignement	<ul style="list-style-type: none">• Marketing• Études marketing• Méthodologie
-------------------------------	---

Section CNU	06
-------------	----

RECHERCHE

Domaine(s) de recherche	Marketing inter-organisationnel (confiance dans les échanges entre entreprises, relation client-fournisseur dans les chaînes logistiques et les industries, partenariat inter-entreprises, stratégies relationnelles en B to B)
Laboratoire(s) de rattachement	MRM
Habilitation à diriger des recherches	Habilitation à diriger des recherches (1993)
Responsabilité(s) scientifique(s)	

PUBLICATIONS

Publications les plus récentes	<ul style="list-style-type: none">• Vidal D., Fenneteau H. et Paché G. (2016), « Should I stay or should I go? Customers' reactions faced with the deterioration of a business relationship », Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 31, N°1, p. 47-58.• Fenneteau H., Paché G. (2015), « I Am Torn Between The Two... A Hybrid Process Perspective Of Buyer-Supplier Relationships », The Journal of Applied Business Research, March/April, Vol. 31, N°2, p. 573-584.• Saucède F., Fenneteau H., Codron J.-M. (2014), « Department upkeep and shrinkage control: two key variables in optimizing the performance of fruit and vegetables departments », International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 42, n°8, p. 733-758.• Vidal D., Fenneteau H. (2013), « Incidents critiques négatifs et réaction du fournisseur : une étude exploratoire », Management & Avenir, n°64, p. 15-34.• Fenneteau H. et Paché G. (2010), « Faire confiance au partenaire ou contrôler ses actions ? A la recherche d'un pilotage efficace des chaînes logistiques », Revue Française de Gestion Industrielle, vol. 29, n°3, 7-29• Fenneteau H. (2007), Enquête : entretien et questionnaire, Paris, Dunod.• Fenneteau H. et G. Naro (2005), « Contrôle et confiance dans l'entreprise virtuelle – Illustrations logistiques », Revue Française de Gestion, vol. 31, n° 156, mai-juin, p. 201-219.
---------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Fenneteau H. (1998), « Confiance, réputation et coopération », Gestion et théorie des jeux, J. Thépot (éd.), Paris, Vuibert, p. 87-112. • Fenneteau H. (1992), « Les caractéristiques de l'acte d'achat et la logique du marketing amont », Recherche et Applications en Marketing, vol. 7, n°3, p. 45-68.
Publications classées	

COMMUNICATIONS

Communications principales	<ul style="list-style-type: none"> • Merminod N., Paché G., Fenneteau H. (2015), « Creating value for customers: leveraging for a better integration between logistics, marketing and purchasing? », IPSERA Conference, Amsterdam, march. • Saucède F., Pardo C., Michel S., Fenneteau H. (2014), « The Paradox of Wholesalers's Survival: an Analysis Through Role and Legitimacy in the Context of Fruit and Vegetables distribution Networks », 30th IMP Conference, Bordeaux. • Vidal D., Fenneteau H., Paché G. (2014), « The Deterioration of a Business Relationship – Typological Approach of Customer's Reaction », IPSERA Conference, Pretoria, april. • Fenneteau H., Paché G., (2013), « Towards a hybridization of inter-organisational exchanges: The case of logistics industry », IPSERA Conference, Nantes, march, pp. 749-759. • Fenneteau H., Naro G et Paché G. (2009), « Trust and control : defining the right logistical monitoring », 14th International Symposium on Logistics, Istanbul. • Lacoste S. et Fenneteau H. (2008), « The development of "hybrid" forms of vertical exchange, mixing transactional and relational features : a key account's point of view », 24th IMP Conference, Uppsala. • Fenneteau H. et Paché G. (2007), « Unlocking the logistical services life cycle: a paradoxical view from the food retailing industry », 23rd EGOS Colloquium, Vienna. • Machat K., Salle R. et Fenneteau H. (2004), « Dyadic interaction and organisational learning », 20th IMP Conference, Copenhagen.
-----------------------------------	--