



Prénom NOM :

Sarah MUSSOL

Titre :

Maître de Conférences

e- Mail :

sarah.mussol@umontpellier.fr

Bureau :

D208

FONCTION

Pôle	Marketing - Vente
Responsabilités pédagogiques	Master 1 Marketing Vente

CARRIERE

Année d'entrée dans l'établissement	2015
Diplôme(s) et distinction(s)	Doctorat en sciences de gestion
Ancien élève de l'établissement	
Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s)	

LANGUES

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

ENSEIGNEMENT

Domaine d'enseignement	<ul style="list-style-type: none">• Gestion de la marque, brand management• Comportement du consommateur• Distribution• Techniques d'études quantitatives• Enquetes de satisfaction, customer satisfaction studies
-------------------------------	--

Union de l'ISEM et de l'AES

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

RECHERCHE

Domaine(s) de recherche	<ul style="list-style-type: none">• Marques• Distribution et promotion des ventes• Comportement du consommateur• IoT
Laboratoire(s) de rattachement	<ul style="list-style-type: none">• Equipe marketing – Laboratoire MRM• Axe agroalimentaire – Laboratoire MRM• Axe A2P3 – LabeX Entreprendre
Habilitation à diriger des recherches	Non
Responsabilité(s) scientifique(s)	

PUBLICATIONS

Publications les plus récentes	
Publications classées	

COMMUNICATIONS

Communications principales	<ul style="list-style-type: none">• Mussol, S. & Folcher, P. (2018) Orchestration et Agencement : Quel rôle pour l'utilisateur dans la coordination de son environnement connecté ? Conférence Management des Technologies Organisationnelles, Montpellier, 4-5 octobre.• Folcher, P. & Mussol, S. (2018) La valeur perçue des objets connectés, une lecture par la théorie de l'agencement. 34ème Congrès International de l'Association Française du Marketing, Strasbourg, 16-18 mai.• Mussol, S., Aurier, P. & Séré de Lanauze (2015) Approche relationnelle des actions au point de vente : les bénéfices perçus des dégustations, jeux et loteries en rayon. 31ème Congrès International de l'Association Française du Marketing, Marrakech, Maroc, 20-22 mai.• Mussol, S., Aurier, P. & Séré de Lanauze (2015) The role of in-store actions in building consumer-brand relationships. Consumer-Brand relationships Conference, Porto, Portugal, 21-23 mai.
-----------------------------------	--

Union de l'ISEM et de l'AES

- Mussol, S., Aurier, P. & Séré de Lanauze (2014) Impacts of in-store actions on the consumer-brand relationship: a study in the ice-cream category. Colloquium on European Research in Retailing, Breme, Allemagne, 25-27 septembre.
- Mussol, S., Aurier, P. & Séré de Lanauze (2013) Identification des actions relationnelles au point de vente : une approche qualitative dans le domaine des produits de grande consommation vendus en hyper et supermarchés. 16ème Colloque International Etienne Thil sur la distribution, Paris, France, 2-4 octobre.