



Prénom NOM :

Gilles N'GOALA

Titre :

Professeur des Universités

e- Mail :

gilles.n-goala@umontpellier.fr

Bureau :

D207

FONCTION

Pôle	Marketing, Vente
Responsabilités pédagogiques	<ul style="list-style-type: none">• Professeur à l'Université de Montpellier• Responsable du Master 2 Marketing Innovation et Territoires (MIT)• Membre du conseil de Montpellier Management.

CARRIERE

Année d'entrée dans l'établissement	1993-1994
Diplôme(s) et distinction(s)	<ul style="list-style-type: none">• Agrégation de l'Enseignement Supérieur (2009),• Habilitation à Diriger les Recherches (HDR, 2008),• International Teacher Programme (Stockholm, 2004),• Doctorat ès Sciences de Gestion (Marketing, 2000)
Ancien élève de l'établissement	<ul style="list-style-type: none">• D.E.A. de Sciences de Gestion, ISEM (1994)• Maîtrise d'AES - Administration et Gestion des Entreprises (1993), Université Montpellier 1
Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s)	<ul style="list-style-type: none">• Depuis 2011 : Professeur à l'Université de Montpellier, Montpellier Management• 2009-2011 : Professeur à l'IAE Savoie Mont Blanc (ex-IMUS), Responsable du département Commerce-Vente.• 2006-2009: Université Montpellier 2, Maître de conférences, IUT Département Technique.

LANGUES

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

ENSEIGNEMENT

Domaine d'enseignement	<ul style="list-style-type: none">• Gestion de la relation client (CRM)• Marketing des services• Marketing de l'innovation• Marketing du tourisme• Marketing digital et e-CRM• Etudes et recherches en marketing• Marketing stratégique et opérationnel
Section CNU	Gestion (06)

RECHERCHE

Domaine(s) de recherche	<ul style="list-style-type: none">• Gestion de la relation client• Marketing, innovation et objets connectés• Marketing des services (santé, tourisme, banque)• Marketing et Responsabilité sociale des entreprises• Ethique et CRM• Smart cities et objets connectés
Laboratoire(s) de rattachement	<ul style="list-style-type: none">• MRM• Membre du Center for Customer Management (C*CM, Paris Dauphine)• Membre du groupe franco-allemand Digiwell (Karlsruhe, Toulouse, Strasbourg, etc.)
Habilitation à diriger des recherches	Oui, « L'amélioration des rapports entre les consommateurs et les marques » (Université Montpellier 2, 24 octobre 2008).
Responsabilité(s) scientifique(s)	<ul style="list-style-type: none">• Président de l'Association Française du Marketing (plus de 600 adhérents) ;

- Membre élu du conseil national des universités (CNU 06),
- Membre des comités de lecture des revues "Recherche et Applications en Marketing", "Décisions Marketing" et « Journal of Advertising Research ».
- Rédacteur en chef invité sur le numéro spécial de Décisions Marketing sur le marketing dans un monde connecté (décembre 2016)
- Co-directeur avec Pauline Folcher (MCF, MOMA) d'une chaire internationale sur les pratiques et les usages de la ville intelligente, en collaboration avec l'ESG UQAM (Université du Québec à Montréal).

PUBLICATIONS**Publications les plus récentes****Articles :**

- Portes A, Cases A-S et N'Goala G. (2017), Vers une définition de la transparence perçue de la relation client sur les canaux digitaux, Management & Avenir, 2017/4 (N° 94), 105-129.
- C Morrongiello , G N'Goala and D Kreziak (2017), Customer Psychological Empowerment as a Critical Source of Customer Engagement, International Studies of Management & Organization, (special edition on e-reputation), 47, 1, 61-87.
- N'Goala G (2016), édito : Le marketing dans un monde connecté, un monde de paradoxes ..., Décisions Marketing, 84, 5-18.
- MIFSUD M., CASES A.-S., N'GOALA G. (2015), Service appropriation: how do customers make the service their own? Journal of Service Management, 26, 5, 706-725.

Chapitres d'ouvrages :

- N'Goala G (2015), Opportunism, Transparency, Manipulation, Deception and Exploitation of Customers' Vulnerabilities in CRM, In The Dark Side of CRM: Customers, Relationships and Management, by Bang Nguyen, Lyndon Simkin, Ana Isabel Canhoto, Routledge Editor, London, 322 p.

	<ul style="list-style-type: none">• Julienne E., G. N'Goala (2014), Valoriser le portefeuille de clients, In Stratégie Clients : points de vue d'experts sur le management de la relation client, ouvrage coordonné par Pierre Volle, Ed Pearson, pp 101-126 (seconde édition).• Stevens E., G. N'Goala et V. Pez (2014), Fluidifier les parcours clients, In Stratégie Clients : points de vue d'experts sur le management de la relation client, ouvrage coordonné par Pierre Volle, Ed Pearson, pp 155-189 (seconde édition).• Gauzente C., E. Julienne, G. N' N'Goala et Stevens E (2014), Mériter la confiance des clients, In Stratégie Clients : points de vue d'experts sur le management de la relation client, ouvrage coordonné par Pierre Volle, Ed Pearson, en ligne sur le site du CCM : http : //center-for-customer-management.com. (seconde édition).
Publications classées	<ul style="list-style-type: none">• Portes A, Cases A-S et N'Goala G. (2017), Vers une définition de la transparence perçue de la relation client sur les canaux digitaux, Management & Avenir, 2017/4 (N° 94), 105-129.• Morrongiello C, N'Goala G, Kreziak D(2017), Customer Psychological Empowerment as a Critical Source of Customer Engagement, International Studies of Management & Organization, (special edition on e-reputation), 47, 1, 61-87.• N'Goala G (2016), édito : Le marketing dans un monde connecté, un monde de paradoxes ..., Décisions Marketing, 84, 5-18.• Mifsud M, Cases A-S, N'Goala G (2015), Service appropriation: how do customers make the service their own? Journal of Service Management, 26, 5, 706-725.

COMMUNICATIONS**Communications
principales**

- Portes Audrey, Cases Anne-Sophie et Gilles N'Goala (2018), Faut-Il se soumettre à la dictature de la transparence? Congrès de l'Association Française du Marketing, Tours, 16-17-18 mai.
- Inès Kolli, Sara Laurent, Philippe Cohard et Gilles N'Goala (2018), Remettre le citoyen au coeur de la smart city, Colloque Management des Technologies Organisationnelles (MTO), Montpellier, 4-5 octobre.
- Ghidouche Aït-Yahia Kamila et Gilles N'goala (2018), La ville intelligente : d'une approche basée sur la technologie à une approche centrée sur les citoyens ? Colloque Management des Technologies Organisationnelles (MTO), Montpellier, 4-5 octobre.
- Portes Audrey, Cases Anne-Sophie et N'Goala Gilles (2016), Vers une définition de la transparence perçue de la relation client sur les canaux digitaux, colloque de l'ISTEC « Vers une transformation marketing et digitale de l'entreprise et de ses rôles ? », Paris, 8 décembre 2016.
- Prim-Allaz Isabelle, N'Goala Gilles et Thierry Delecolle (2016), More than a customer strategy ... a relational style, 24th International Colloquium on Relationship Marketing (ICRM), 6th-9th September, Toulouse.
- Pauline Folcher et Gilles N'Goala (2016), engagement économique et préoccupations socio-environnementales dans l'achat « Made in France », Congrès de l'Association Française du Marketing, Lyon, 18-20 mai.
- N'Goala Gilles (2015), La Gestion de Relation Client non éthique en pratique: Un agenda pour la recherche future, Congrès de l'Association Française du Marketing, Marrakech, 20-22 mai.
- Mifsud Matthieu, Anne-Sophie Cases-Lacour et Gilles N'Goala (2014), A comprehensive framework for service appropriation: An exploratory study in the health sector, 13th International Research Conference in Service Management, La Londe les Maures, May 27-30.
- Folcher Pauline et Gilles N'Goala (2014), Le Consommateur et le " Made in France " : Conceptualisation et mesure de la Responsabilité Economique du Consommateur, Congrès de l'Association Française du Marketing, Montpellier, 14-16 mai.

Union de l'ISEM et de l'AES

- Touil-Maherzi Saloua, Samira Zine-Danguir et Gilles N'Goala (2014), L'hospitalité locale, vectrice de fidélisation envers une destination touristique ?, Congrès de l'Association Française du Marketing, Montpellier, 14-16 mai.