


 Autorisation publication sur internet

<b>Prénom NOM :</b>	Laurent BUSCA
<b>Titre :</b>	Maître de conférences
<b>Téléphone :</b>	04 34 43 20 88
<b>e- Mail :</b>	Laurent.busca@umontpellier.fr
<b>Bureau :</b>	D 202

**FONCTION**

<b>Domaine de spécialité</b>	Marketing Vente
<b>Responsabilités pédagogiques</b>	

**CARRIERE**

<b>Année d'entrée dans l'établissement</b>	2018
<b>Diplôme(s) et distinction(s)</b>	Doctorat en sciences de gestion
<b>Ancien élève de l'établissement</b>	NON
<b>Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s)</b>	

**ENSEIGNEMENTS**

<b>Matières enseignées</b>	Méthodes quantitatives et qualitatives Analyses de panels
<b>Section CNU</b>	06

**LANGUES**

<b>Langue(s) étrangère(s) maîtrisée(s)</b>	Anglais C1 – Espagnol B1
--	--------------------------

**CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES**

<b>Domaine(s) de recherche</b> <i>(Préciser les thèmes de recherche)</i>	Marketing (approches socioculturelles)
<b>Laboratoire(s) de rattachement</b>	MRM
<b>Habilitation à diriger des recherches</b>	NON
<b>Responsabilité(s) scientifique(s)</b> <i>(Membre d'organisation scientifique, comités éditoriaux, activités d'évaluateur...)</i>	Membre du comité éditorial de la revue <i>Carnets de la Consommation</i>
<b>Visiting</b>	
<b>Organisation de conférence</b>	

<b>Détail des références sur les 5 dernières années</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Publication <i>(Indiquer le classement CNRS)</i>	Busca, L., & Bertrandias, L. (2020). « A Framework for Digital Marketing Research: Investigating the Four Cultural Eras of Digital Marketing ». <i>Journal of Interactive Marketing</i> , 49, 1-19 – CNRS 2
<input checked="" type="checkbox"/> Communication	Busca, L., Casteran, G., Massa, C., & Plotkina, D. (2019), « The impact of organic private label on retailer perceptions and recommendation and shopping intent towards a retailer ». In 48 <sup>ème</sup> Conférence de l'EMAC, Hambourg, Allemagne, 28-31 Mai
	Busca, L., & Bertrandias, L. (2019) « Reconsidérer les recherches quantitatives au prisme du réalisme critique ». In 35 <sup>ème</sup> Conférence de l'AFM, Le Havre, 15-17 Mai
	Busca, L., & Do Vale, G. (2019) « Vers une définition du concept de pratique marketing ». In 35 <sup>ème</sup> Conférence de l'AFM, Le Havre, Le Havre, 15-17 Mai
	Busca, L. (2018). « L'étude des Routines Marketing : Conceptualisation, Perspectives Théoriques et Pertinence Managériale et Pédagogique ». In 34 <sup>ème</sup> Conférence de l'AFM, Strasbourg, 16-18 Mai.
	Busca, L., & Bertrandias, L. (2016). « The Many-Faced Consumer: Practices and Consequences of Social Media Government ». In Conférence 2016 de l'Association for Consumer Research, Berlin, Allemagne, 27-30 Octobre.
<input type="checkbox"/> Etude de cas	
<input type="checkbox"/> Ouvrage technique	
<input checked="" type="checkbox"/> Chapitre d'ouvrage	Busca, L. 2018. « Histoire de résistances : une approche généalogique de l'Internet marchand ». In Roux, D. & Gicquel, Y. (éds) <i>Gouverner et Séduire : Michel Foucault et la Consommation</i> , Editions EMS, Paris, pp. 127-149

<input type="checkbox"/> Manuel	
<input type="checkbox"/> MOOC	
<input type="checkbox"/> Présentation à des colloques professionnels	
<input type="checkbox"/> Publications dans la presse spécialisée et/ou dans la presse nationale	
<input type="checkbox"/> Prix et distinctions reçus ( <i>ex : prix de la meilleure communication, du meilleur ouvrage...</i> )	
<input type="checkbox"/> Intégration dans les programmes de recherche ( <i>ex : H2020, ANR</i> )	

**Si autre, préciser : .....**