

CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES

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

Détail des références sur les 5 dernières années	
<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	<p>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^{ème} Conférence de l'EMAC, Hambourg, Allemagne, 28-31 Mai</p> <p>Busca, L., & Bertrandias, L. (2019) « Reconsidérer les recherches quantitatives au prisme du réalisme critique ». In 35^{ème} Conférence de l'AFM, Le Havre, 15-17 Mai</p> <p>Busca, L., & Do Vale, G. (2019) « Vers une définition du concept de pratique marketing ». In 35^{ème} Conférence de l'AFM, Le Havre, Le Havre, 15-17 Mai</p> <p>Busca, L. (2018). « L'étude des Routines Marketing : Conceptualisation, Perspectives Théoriques et Pertinence Managériale et Pédagogique ». In 34^{ème} Conférence de l'AFM, Strasbourg, 16-18 Mai.</p> <p>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.</p>
<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 :