



Autorisation publication sur internet

Prénom NOM :	Sarah MUSSOL
Titre :	Maîtresse de conférences
Téléphone :	04 34 43 23 90
e- Mail :	sarah.mussol@umontpellier.fr
Bureau :	D 202

FONCTION

Domaine de spécialité	Marketing vente
Responsabilités pédagogiques	Co-responsable pédagogique M1 CVI, M1 MMC, M1 MIT, M1 MSL Co-responsable pédagogique M2 CVI

CARRIERE

Année d'entrée dans l'établissement	2015
Diplôme(s) et distinction(s)	Doctorat Sciences de gestion
Ancien élève de l'établissement	Oui
Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s)	2013-Attachée d'Enseignement et de Recherche, ISEM, Université Montpellier 1 2010-Doctorante contractuelle avec mission d'enseignement, ISEM, Université Montpellier 1 2009 Assistante chef de projets, Lamtar Planning & Communication, Paris 2008 Assistante chargée d'études 'Consumer', TNS Sofres, Montrouge

ENSEIGNEMENTS

Matières enseignées	Techniques quantitatives du marketing Brand management Communication hors médias Comportement du consommateur Distribution et merchandising
Section CNU	06

LANGUES

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

CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES

Domaine(s) de recherche <i>(Préciser les thèmes de recherche)</i>	Marketing
Laboratoire(s) de rattachement	MRM, LabEx Chaire sur les pratiques et les usages de la ville intelligente, Institut Montpellier Management, Université de Montpellier Chaire Vin et Tourisme, EM Strasbourg
Habilitation à diriger des recherches	
Responsabilité(s) scientifique(s) <i>(Membre d'organisation scientifique, comités éditoriaux, activités d'évaluateur...)</i>	Comité scientifique, Journée AFM marketing agroalimentaire de Montpellier ; Conférence Management des Technologies Organisationnelles (MTO) Relectrice, Revue Française de Gestion (RFG) ; International Journal of Retailing and Distribution Management (IJRDM)
Visiting	Teaching and research Visiting Kemmy Business School, Limerick University (Irlande)
Organisation de conférence	

Détail des références sur les 5 dernières années

<input checked="" type="checkbox"/> Publication <i>(Indiquer le classement CNRS)</i>	Mussol, S., Aurier, P. & Séré de Lanauze, G. (2019) Developing in-store brand strategies and relational expression through sales promotions. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , Vol. 47, pp. 241–250 CNRS 3
<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<p>Mussol, S. & Folcher, P. (2020) Bien-être dans la smart home : une question d'orchestration. <i>36ème Congrès International de l'Association Française du Marketing</i>, Biarritz, France, 5-7 mai</p> <p>Mussol, S. & Ben Tahar, Y. (2019) Newcomers in the wine sector: what stories should they tell to become true winemakers? <i>International Workshop on Wine and Tourism</i>, Strasbourg, 27 juin</p> <p>Folcher, P. & Mussol, S. (2018) La valeur perçue des objets connectés, une lecture par la théorie de l'agencement. <i>34ème Congrès International de l'Association Française du Marketing</i>, Strasbourg, 16-18 mai</p> <p>Séré de Lanauze, G., Mussol, S. (2017) <i>Showrooming : Exploration des freins éthiques perçus à l'égard de la pratique</i>. <i>20ème Colloque International Etienne Thil sur la distribution</i>, Roubaix, France, 12-13 octobre</p> <p>Mussol, S., Maes, A., Boysselle, J., Bories-Azeau, I. & Cohard, P. (2017) Content production and co-production in social media for SME's: The case of tourism offices in the South of France. <i>International Council for Small Business Conference</i>, Buenos Aires, Argentine, 29 juin – 1 juillet</p> <p>Ben Tahar, Y. & Mussol, S. (2017) Entrepreneurial storytelling: A mean for legitimacy and opportunity exploitation. <i>International Council for Small Business Conference</i>, Buenos Aires, Argentine, 29 juin – 1 juillet</p>

	<p>Mussol, S., Aurier, P. & Séré de Lanauze (2015) The role of in-store actions in building consumer-brand relationships. International Consumer-Brand Relationships Conference, Porto, Portugal, 21-23 mai</p> <p>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. <i>Colloquium on European Research in Retailing</i>, Breme, Allemagne, 25-27 septembre</p> <p>Mussol, S., Aurier, P. & Séré de Lanauze (2014) Relational benefits of in-store actions: Analysis of the adaptability of a measurement scale of action perceived value. <i>International Marketing Trends Conference</i>, Venise, Italie, 23-24 janvier</p> <p>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. <i>16ème Colloque International Etienne Thil sur la distribution</i>, Paris, France, 2-4 octobre</p>
<input type="checkbox"/> Etude de cas	
<input checked="" type="checkbox"/> Chapitre d'ouvrage	Folcher, P., Mussol, S. & N'Goala, G. (2019) Repenser le client dans un monde connecté. Dans <i>Relation Client 4.0</i> , Editions ISTE
<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 (ex : <i>prix de la meilleure communication, du meilleur ouvrage....</i>)	
<input type="checkbox"/> Intégration dans les programmes de recherche (ex : <i>H2020, ANR</i>)	

Si autre, préciser :