



Autorisation publication sur internet

| | |
|---------------------|------------------------------|
| Prénom NOM : | Pauline FOLCHER |
| Titre : | Maître de Conférences |
| Téléphone : | 04.34.43.23.93 |
| e- Mail : | pauline.folcher@umontpellier |
| Bureau : | D 202 |

FONCTION

| | |
|-------------------------------------|---|
| Domaine de spécialité | Marketing Vente |
| Responsabilités pédagogiques | Co-Responsable du Master II Marketing Médias et Communication |

CARRIERE

| | |
|---|---|
| Année d'entrée dans l'établissement | 2017 |
| Diplôme(s) et distinction(s) | 2015: Doctorat de Sciences de Gestion - Marketing, Université de Montpellier - (Université sans mention)- Proposition pour le prix de thèse AFM-FNEGE 2003: DESS Marketing, Université de Montpellier, Major de promotion, Mention Bien |
| Ancien élève de l'établissement | OUI |
| Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s) | 2004/2010 : Responsable Marketing Opérationnel & Communication Chez ORCHESTRA: Élaboration et mise en place opérationnelle de la stratégie de communication externe et interne. Gestion des offres et animations promotionnelles des 3 réseaux de distribution à l'international. Responsable du suivi de fabrication, Rédaction des argumentaires de vente et des notes d'implantation marketing et merchandising. |

ENSEIGNEMENTS

| | |
|----------------------------|--|
| Matières enseignées | Marketing et Communication Territoriale Marketing et Communication Digitale |
| Section CNU | 06 |

LANGUES

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

CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES

| | |
|--|--|
| Domaine(s) de recherche <i>(Préciser les thèmes de recherche)</i> | Comportement du consommateur Marketing Territorial et Marketing digital |
| 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> | Co-Titulaire de la Chaire Internationale sur les Usages et Pratiques de la ville Intelligente (Cit.Us) |
| Visiting | |
| Organisation de conférence | |

Détail des références sur les 5 dernières années

| | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Publication <i>(Indiquer le classement CNRS)</i> | Celhay F., Masson J., Garcia K., Folcher P., et Cohen J (2017), Introducing a new product language: a comparative study of Bordeaux and Barossa wine labels, <i>Recherche et Applications en Marketing</i> , 32(2), 46-70. |
| <input checked="" type="checkbox"/> Communication | <p>Mussol, S & Folcher P. (2020) Le bien-être dans la Smart Home : Une question d'orchestration, 36^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing, Biarritz.</p> <p>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.</p> <p>Folcher, P. & Mussol, S. (2018) La valeur perçue des objets connectés, une lecture par la théorie de l'agencement. 34^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing, Strasbourg, 16-18 mai.</p> <p>Folcher P., Mussol S. et Cases AS (2017), Loft Study : que pensent les Millennials des objets connectés, Colloque du marketing digital, Paris le 8 septembre.</p> <p>Folcher P. & N'Goala G. (2016), Engagement économique et préoccupations socio-environnementales dans l'achat « made in France », 32^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing, Lyon</p> |
| <input type="checkbox"/> Etude de cas | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ouvrage technique | Folcher P., Mussol S. et N'Goala G. (2019), Repenser le client dans un monde connecté dans N'Goala G., Pez-Pérard V et Prim-Allaz I. <i>Stratégie Clients Augmentée</i> , Eds. 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 (<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 :