



Autorisation
publication sur
internet

Prénom NOM :	Karine GARCIA
Titre :	Maître de conférences
Téléphone :	04 34 43 23 80
e- Mail :	karine.garcia1@umontpellier.fr
Bureau :	D205

FONCTION

Domaine de spécialité	Marketing, Vente
Responsabilités pédagogiques	Responsable du M2 Management des Equipes Commerciales

CARRIERE

Année d'entrée dans l'établissement	2017
Diplôme(s) et distinction(s)	Doctorat en sciences de gestion
Ancien élève de l'établissement	Oui
Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s)	Créatrice et Gérante de la société Mademoiselle Vin Responsable commerciale, groupe Castel

ENSEIGNEMENTS

Matières enseignées	Marketing-Vente ; Marketing et Innovation ; Marketing International ; Méthodes quantitatives
Section CNU	06

LANGUES

Langue(s) étrangère(s) maîtrisée(s)	Anglais et Espagnol (Courant)
--	-------------------------------

CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES

Domaine(s) de recherche <i>(Préciser les thèmes de recherche)</i>	Marketing, comportement du consommateur, co-création, innovation collaborative ; champs de l'agroalimentaire et du vin
Laboratoire(s) de rattachement	Montpellier Recherche en Management
Habilitation à diriger des recherches	NON
Responsabilité(s) scientifique(s) <i>(Membre d'organisation scientifique, comités éditoriaux, activités d'évaluateur...)</i>	0
Visiting	
Organisation de conférence	

Détail des références sur les 5 dernières années

<input checked="" type="checkbox"/> Publication <i>(Indiquer le classement CNRS)</i>	<p>Garcia K., Aurier P. et Rodhain A. (2017) Co-creating a wine: A dyadic approach to consumer experiential value and SME value creation, <i>International Journal of Entrepreneurship & Small Business</i>, vol.36, iss.3, 274-291. – CNRS 4</p> <p>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>, vol. 32, iss. 2, 46-70. – CNRS 2</p> <p>Granata J., Geraudel M., Nicolosi A. et Garcia K. (2017) Understanding the evolution of coepetition among SMEs in a wine cluster: a social capital approach, <i>International Journal of Entrepreneurship & Small Business</i>, vol. 31, iss. 1. – CNRS 4</p>
<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<p>Garcia K., Aurier P. and Rodhain A. (2016), Co-creating a wine: a matter of innovation and relation, 1st International Workshop on Innovations in the Wine</p> <p>Celhay F., Masson J. and Garcia K. (2015) Introduire un nouveau langage produit: Une comparaison des codes visuels des vins de Bordeaux et de la Barossa, <i>Congrès Annuel de l'Association Française du Marketing</i>, Marrakech/Morocco, 20-22 May.</p>
<input type="checkbox"/> Etude de cas	
<input type="checkbox"/> Ouvrage technique	
<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 :