



Autorisation publication sur internet

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

**FONCTION**

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

**CARRIERE**

<b>Année d'entrée dans l'établissement</b>	2015
<b>Diplôme(s) et distinction(s)</b>	Doctorat Sciences de gestion
<b>Ancien élève de l'établissement</b>	Oui
<b>Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s)</b>	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**

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

**LANGUES**

<b>Langue(s) étrangère(s) maîtrisée(s)</b>	Anglais
--	---------

**CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES**

<b>Domaine(s) de recherche</b> <i>(Préciser les thèmes de recherche)</i>	Marketing
<b>Laboratoire(s) de rattachement</b>	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
<b>Habilitation à diriger des recherches</b>	
<b>Responsabilité(s) scientifique(s)</b> <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)
<b>Visiting</b>	Teaching and research Visiting Kemmy Business School, Limerick University (Irlande)
<b>Organisation de conférence</b>	

**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. &amp; 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. &amp; 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. &amp; 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. &amp; 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. &amp; 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. &amp; 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. &amp; 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. &amp; 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. &amp; 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 : prix de la meilleure communication, du meilleur ouvrage...)	
<input type="checkbox"/> Intégration dans les programmes de recherche (ex : H2020, ANR)	

**Si autre, préciser :** .....