



**ENSEIGNEMENTS (OFFRE DE FORMATION 2021-2026)**

<p><b>Matières enseignées et nombre d'heures enseignées</b></p>	<p><b>Enseignements disciplinaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Nouvelles perspectives de recherche en marketing</i>, M2 Marketing du Sport et des Loisirs</li> <li>- <i>Marketing stratégique</i>, M1 Marketing-Vente</li> <li>- <i>Culture numérique</i>, M1 Marketing-Vente</li> <li>- <i>Psychologie &amp; sociologie économique</i>, M1 Gestion de Patrimoine</li> <li>- <i>Marketing digital</i>, M2 Direction Générale des PME</li> <li>- <i>E-reputation &amp; Community Management</i>, M2 Marketing &amp; Communication des Organisations</li> </ul> <p><b>Enseignements de méthodologie :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Méthodologie des enquêtes</i>, L3 Marketing-Vente</li> <li>- <i>Méthodologie d'études et de recherche approfondies</i>, M2 Marketing du Sport et des Loisirs</li> <li>- <i>Techniques de Segmentation &amp; Positionnement</i>, M1 Marketing-Vente</li> </ul>
<p><b>Section CNU</b></p>	<p>06</p>

**LANGUES**

<p><b>Langue(s) étrangère(s) maîtrisée(s)</b></p>	<p>Anglais C1 – Espagnol B1</p>
---	---------------------------------

**CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES**

<b>Domaine(s) de recherche</b> <i>(Préciser les thèmes de recherche)</i>	Marketing (approches socioculturelles)
<b>Laboratoire(s) de rattachement</b>	MRM
<b>Habilitation à diriger des recherches</b>	NON
<b>Responsabilité(s) scientifique(s)</b> <i>(Membre d'organisation scientifique, comités éditoriaux, activités d'évaluateur...)</i>	Co-rédacteur en chef de la revue <i>Carnets de la Consommation</i> Co-responsable du réseau de recherche Alcor (Alternative Consumption Research)
<b>Visiting</b>	
<b>Organisation de conférence</b>	Organisation de la Journée Consommation & Espace du réseau Alcor (en visioconférence) - 2020

**Détail des références sur les 5 dernières années**

<input checked="" type="checkbox"/> Publication <i>(Indiquer le classement CNRS)</i>	<p>Busca L., Grobert J., and Vellera C. (2021). Effect of congruent scent diffusion on individual creative fluidity: Mental imagery instruction and iconic stimulus as possible moderators. <i>Creativity and Innovation Management</i>, 30(3), 511-522. doi: 10.1111/caim.12443.</p> <p>URL : <a href="https://hal.umontpellier.fr/hal-03256558">https://hal.umontpellier.fr/hal-03256558</a></p> <p>Busca, L., &amp; 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. <a href="https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.08.002">https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.08.002</a></p> <p>URL : <a href="https://hal.umontpellier.fr/hal-02391063">https://hal.umontpellier.fr/hal-02391063</a></p>
<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<p>Busca L., Cauchard L., Folcher P., et Mussol S. (2020) "L'espace intime à l'épreuve du confinement : Conséquences sur l'achat impulsif". In Journée Consommation &amp; Espace, Visioconférence, 18 Novembre.</p> <p>URL : <a href="https://hal.umontpellier.fr/hal-03544807">https://hal.umontpellier.fr/hal-03544807</a></p> <p>Busca, L., &amp; Massa, C. (2019), « L'étude exploratoire, uniquement qualitative ? Vers la reconnaissance d'une approche quantitative exploratoire ». In 18ème Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Angers, France, 21-22 Novembre</p> <p>Busca, L., Casteran, G., Massa, C., &amp; Plotkina, D. (2019), « The impact of organic private label on retailer perceptions and recommendation and shopping intent towards a retailer ». In 48ème Conférence de l'EMAC, Hambourg, Allemagne, 28- 31 Mai</p> <p>Busca, L., &amp; Bertrandias, L. (2019) « Reconsidérer les recherches quantitatives au prisme du réalisme critique ». In 35ème Conférence de l'AFM, Le Havre, 15-17 Mai</p>

	<p>Busca, L., &amp; Do Vale, G. (2019) « Vers une définition du concept de pratique marketing ». In 35<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> Conférence de l'AFM, Strasbourg, 16-18 Mai.</p> <p>Busca, L., &amp; 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	<p>Busca, L. 2018. « Histoire de résistances : une approche généalogique de l'Internet marchand ». In Roux, D. &amp; Gicquel, Y. (éds) Gouverner et Séduire : Michel Foucault et la Consommation, Editions EMS, Paris, pp. 127-149</p>
<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 et/ou diffusion sur les réseaux sociaux	
<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 :** .....