



Autorisation publication sur internet

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

FONCTION

Domaine de spécialité	Marketing Vente
Responsabilités institutionnelles	
Responsabilités pédagogiques	Co-Responsable du Master 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 (OFFRE DE FORMATION 2021-2026)

Matières enseignées et nombre d'heures enseignées	Formation	ECUE
	L3 AES (AGE-AGP)	Marketing
	M1 MV (CVI-MCO-MDA-MIT-MSL)	Culture numérique
	M1 MV (CVI-MCO-MDA-MIT-MSL)	Méthodes Qualitatives
	M1 MCO	Projet professionnel 1 : Challenge ou Serious Game (nudge challenge, data serious game, autres)
	M1 MTEEC	Marketing
	M2 DGPME	Mise en œuvre de la démarche de développement durable dans les métiers de la PME
	M2 MCO	Communication Évènementielle
	M2 MCO	Communication Sociétale et Responsable
	M2 MCO	Relations publiques et Marketing d'influence
	M2 MIT	Marketing et communication territorial
	M2 MIT	Produits "Made in", Terroir et territoires à l'international
M2 MPT	Matière 2 – Marketing et communication territoriale	
M2 MPT	Matière 4 – E-Administration	
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>	<p>Mussol S, Folcher P (2020) Orchestration et agencement d'un environnement connecté : quelle place pour l'utilisateur ?, Management des technologies organisationnelles, Presses des Mines</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, Recherche et Applications en Marketing, 32(2), 46-70.</p>
<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<p>Folcher, P & Mussol, S. (2022) La construction de l'imaginaire collectif du « chez soi connecté » dans le récit publicitaire, Journée Normande de la Recherche sur la Consommation, Le Havre.</p> <p>Folcher, P & Mussol, S. (2022) « Ok Google, dis moi comment me senti chez moi ! » : étude des représentations du « chez soi » connecté dans la publicité, 38^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing, Tunis.</p> <p>Busca L., Cauchard L., Folcher P., et Mussol S. (2020) "L'espace intime à l'épreuve du confinement : Conséquences sur l'achat impulsif". Journée Consommation & Espace, Visioconférence, 18 Novembre.</p> <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 type="checkbox"/> Ouvrage technique	
<input checked="" type="checkbox"/> Chapitre d'ouvrage	<p>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.</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	Folcher P. et Mussol S. (2021), « IoT & environnement connecté : quelle perspective d'orchestration pour l'utilisateur ? », Article pour [Collection numérique] simplification et automatisation des démarches de Mai 2021.
<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 :