



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

<b>Matières enseignées et nombre d'heures enseignées</b>	<p>L3 MS - Business development</p> <p>L3 MV - International business (English course)</p> <p>M1 MSHT - Strategic marketing in hospitality and tourism (English course)</p> <p>M1 MBD - Pratiques d'achats et de consommation</p> <p>M1 MBD EL - Pratiques d'achats et de consommation</p> <p>M1 MBD - Projet d'études qualitatives/quantitatives</p> <p>M1 MBD EL - Projet d'études qualitatives/quantitatives</p> <p>M1 MBD - International Business Environment (English course)</p> <p>M1 MBD EL - International Business Environment</p> <p>M1 MCVI - Marketing du vin</p> <p>M2 MBD - Creative design</p> <p>M2 MBD EL - Creative design</p> <p>M2 MBD - Méthodologies d'étude et de recherche approfondies</p> <p>M2 MBD EL - Méthodologies d'étude et de recherche approfondies</p> <p>M2 MSHT - Marketing et innovation dans les services</p> <p>M2 CVI - Product &amp; packaging design (English course)</p> <p>M2 MCPM - Innovation et design thinking</p> <p>M2 MIT - Innovation et techniques créatives</p>
<b>Section CNU</b>	06

**LANGUES**

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

**CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES**

<b>Domaine(s) de recherche</b> <i>(Préciser les thèmes de recherche)</i>	Marketing, comportement du consommateur, co-création, innovation collaborative ; champs de l'agroalimentaire et du vin
<b>Laboratoire(s) de rattachement</b>	Montpellier Recherche en Management
<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>	
<b>Visiting</b>	

<b>Organisation de conférence</b>	Journée de recherche en marketing du vin, 25 novembre 2021 à Montpellier Management
-----------------------------------	---

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

<input checked="" type="checkbox"/> Publication (Indiquer le classement CNRS)	<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 &amp; 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 &amp; Small Business</i>, vol. 31, iss. 1. – CNRS 4</p>
<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<p>Rodhain A., Garcia K., Gourmelen A. Masson J. (2022) Objective and perceived accessibility to healthy food : What about the urban European context?, <i>European Social Marketing Conference</i>, Juin, Thessaloniki.</p> <p>Garcia K., Gourmelen A., Rodhain A., Masson J. (2021) S'alimenter en ville en étant étudiant : le rôle du quartier d'habitation, 16ème Congrès du RIODD, Montpellier, 29 septembre-1er octobre.</p> <p>Garcia K., Rodhain A., Masson J., Gourmelen A. (2020) L'accessibilité objective et perçue à l'alimentation saine : une revue de la littérature pour une adaptation à un contexte français. Etienne Thil, Oct 2020, Paris, France.</p> <p>Garcia K, Aurier P, Rodhain A (2020) Impact de la co-création sur la valeur d'un nouveau produit alimentaire, Congrès de l'Association Française du Marketing, Association Française du Marketing, Mai 2020, Biarritz, France.</p> <p>Gourmelen A, Rodhain A, Garcia K, Masson J (2020) Le concept d'accessibilité alimentaire perçue : le point de vue des étudiants décohabitants. Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Nov 2020, Caen, France.</p> <p>Gourmelen A, Rodhain A, Masson J, Garcia K (2020) Promouvoir des pratiques alimentaires saines : des étudiants pour parler aux étudiants ? Journées du Marketing Agroalimentaire de Montpellier, Sep 2020, Montpellier, France.</p> <p>Garcia K., Aurier P. et Rodhain A. (2016), Co-creating a wine: a matter of innovation and relation, 1st International Workshop on Innovations in the Wine Industry, Montpellier/France, 21-22 Janv.</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, Congrès Annuel de l'Association Française du Marketing, Marrakech/Morocco, 20-22 May.</p>
<input type="checkbox"/> Etude de cas	<p>Bobrie F., Celhay F., Garcia K (2018) Le cas Mosaïque : les vins du Sud-Ouest France. <i>Mosaïque : la marque « les Vins Sud-Ouest France »</i>, CCMP Publishing.</p>
<input type="checkbox"/> Ouvrage technique	

<input type="checkbox"/> Chapitre d'ouvrage	<p>Masson J., Garcia K., Celhay F. (2020) Label Graphic Design as a Tool for Wine Brand Positioning <i>in</i> Wine Management and Marketing Opportunities for Companies and Challenges for the Industry, Iste Editions.</p> <p>Garcia K., Granata J. et Laval B. (2014), Marathon Man: lorsque le tout collaboratif guide l'innovation chez Raidlight-Vertical. In J. Granata &amp; P. Marquès Eds, <i>Coopétition. S'allier avec son concurrent et gagner</i>: 55-90. Pearson, Paris.</p> <p>Garcia K. et Rodhain A. (2015), Etudes et Recherches Commerciales 1. In Marques P. et Granata J. (eds), <i>DUT TC 1ère année</i>, Dunod, Paris.          Garcia K. et Rodhain A. (2015), Etudes et Recherches Commerciales 2. In Marques P. et Granata J. (eds), <i>DUT TC 1ère année</i>, Dunod, Paris.</p> <p>Gallin S., Garcia K. et Joly C. (2015), Fondamentaux du Marketing. In Marques P. et Granata J. (eds), <i>DUT TC 1ère année</i>, Dunod, Paris.</p> <p>Garcia K. et Joly C. (2014), Marketing Opérationnel. In Marques P. et Granata J. (eds), <i>DUT GEA 1ère année</i>, Dunod, Paris.</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 ( <i>ex : prix de la meilleure communication, du meilleur ouvrage....</i> )	<p>Best conceptual paper award at 5th European Social Marketing conference for Objective and perceived accessibility to healthy food: What about the urban European context?, June 2022, Thessaloniki</p>
<input type="checkbox"/> Intégration dans les programmes de recherche ( <i>ex : H2020, ANR</i> )	

**Si autre, préciser :** .....