



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

<b>Matières enseignées et nombre d'heures enseignées</b>	<b>Formation</b>	<b>ECUE</b>
	L3 MSHT / EL	Techniques d'enquêtes
	L3 MV EL	Méthodologie des enquêtes marketing
	M2 INET	Techniques quantitatives
	L3 MV	Psychosociologie
	M1 CVI / MCO / MDA / MIT / MSL	Brand management
	M2 MCO	Communication promotionnelle
	M2 CVI	Pricing, communication hors média et distribution du vin
	M2 CVI	Enjeux de la transition écologique
	M1 CVI / M2 CVI	Mémoire (de stage/de recherche)
	M1 CVI	Projet professionnel
	M2 CVI	Méthodologie de projet professionnel
	M2 MODR	Projet pédagogique innovant étudiants entreprises – 2PI2E
<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 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>	Non
<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>Détail des références sur les 5 dernières années</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Publication (Indiquer le classement CNRS)	<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>Mussol, S., Aurier, P. &amp; 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</p>
<input checked="" type="checkbox"/> Communication	<p>Folcher, P. &amp; Mussol, S., (2022) "Ok Google, dis-moi comment me sentir chez-moi!: étude des représentations du "chez-soi connecté" dans la publicité. <i>38ème Congrès International de l'Association Française du Marketing</i>, Tunis, Tunisie, 18-20 mai.</p> <p>Caffarel, D. et Mussol, S. (2021) La coopérative : le circuit de proximité de prédilection pour les consommateurs dans le secteur viticole ? <i>Journée marketing du vin</i>, Montpellier, 25 Novembre.</p> <p>Ben Tahar, Y., Massa, C. et Mussol, S. (2021) How to sell wine in the french hyper and supermarkets? An analysis of private label branding strategies in the wine sector. <i>Journée marketing du vin</i>, Montpellier, 25 Novembre.</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". In <i>Journée Consommation &amp; Espace</i>, Visioconférence, 18 Novembre.</p> <p>Ryan, AM &amp; Mussol, S. (2020) The role of digital technologies in bringing about 'responsible' market actors: Implications for T&amp;L, <i>Responsible Management Education Research Conference</i>, en ligne, 15 octobre</p> <p>Mussol, S. &amp; Ben Tahar, Y. (2020) Sans héritage comment créer de l'authenticité ? Quels récits pour les néovignerons ? <i>15ème Journée AFM « Marketing Agroalimentaire »</i>, Montpellier, France, 25 septembre</p> <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) Showrooming : Exploration des freins éthiques perçus à l'égard de la pratique. <i>20ème Colloque International Etienne Thil sur la distribution</i>, Roubaix, France, 12-13 octobre</p> <p>Folcher, P. &amp; Mussol, S., Cases, A-S. (2017) Loft Study: que pensent les Millenials de l'appartement du futur? <i>Journée du Marketing Digital</i>, Paris, France, 8 septembre</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>Maes, A. &amp; Mussol, S. (2017) Enjeux du baromètre e-tourisme pour l'excellence en marketing touristique. <i>Colloque technologies et développement</i>, Bordeaux, France, 16-17 mars</p> <p>Mussol, S., Aurier, P. &amp; Séré de Lanauze (2015) The role of in-store actions in building consumer-brand relationships. <i>International Consumer-Brand Relationships Conference</i>, Porto, Portugal, 21-23 mai</p> <p>Mussol, S., Aurier, P. &amp; Séré de Lanauze (2015) Approche relationnelle des actions au point de vente : les bénéfices perçus des dégustations, jeux et loteries en rayon. <i>31ème Congrès International de l'Association Française du Marketing</i>, Marrakech, Maroc, 19-22 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> <p>Mussol, S., Aurier, P. &amp; Séré de Lanauze (2013) Bénéfices relationnels des actions au point de vente : le cas des produits agroalimentaires vendus en hyper et supermarchés. <i>9ème Journée AFM « Marketing Agroalimentaire »</i>, Montpellier, France, 29 septembre</p>
<p><input checked="" type="checkbox"/> Chapitre d'ouvrage</p>	<p>Folcher, P., Mussol, S. &amp; N'Goala, G. (2019) Repenser le client dans un monde connecté. Dans <i>Relation Client 4.0</i>, Editions ISTE</p> <p>Maes, A. &amp; Mussol, S. (2019) Enjeux du baromètre e-tourisme pour l'excellence en marketing touristique. Dans <i>Systèmes connectés, données et économie numérique dans l'espace francophone</i>, L'Harmattan</p>
<p><input checked="" type="checkbox"/> Publications dans la presse spécialisée et/ou dans la presse nationale et/ou diffusion sur les réseaux sociaux</p>	<p>Folcher P. et Mussol S. (2021), IoT &amp; environnement connecté : quelle perspective d'orchestration pour l'utilisateur ?, Article pour <i>[Collection numérique]</i> simplification et automatisation des démarches de Mai 2021.</p>
<p><input checked="" type="checkbox"/> Prix et distinctions reçus (ex : prix de la meilleure communication, du meilleur ouvrage...)</p>	<p>Prix de la meilleure communication : Mussol, S. &amp; Ben Tahar, Y. (2020) Sans héritage comment créer de l'authenticité ? Quels récits pour les néovignerons ? <i>15ème Journée AFM « Marketing Agroalimentaire »</i>, Montpellier, France, 25 septembre</p>