



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

Matières enseignées et nombre d'heures enseignées	Formation	ECUE
		M1 AE/DGPME MPID/MIPME
	M1 CVI/MCO/MSL	Séminaire transversal 1 – Conférences Professionnelles
	M1 CVI/MCO/MSL	Stratégie client
	M1 MDA	Séminaire transversal 1 – Conférences Professionnelles
	M1 MDA	Stratégie client
	M1 MIT	Séminaire transversal 1 – Conférences Professionnelles
	M1 MIT	Stratégie client
	M1 MIT	Techniques de segmentation et de positionnement
	M1 MIT	Marketing territorial
	M1 MIT	Management des destinations touristiques
	M1 MIT	Marketing de l'innovation
	M1 MIT	Projet professionnel 1 : Challenge ou Serious Game (nudge challenge, data serious game, autres)
	M1 MSL	Techniques de segmentation et de positionnement
	M1 MSOS	Marketing
	M1 MUTI/MPT	Marketing territorial
	M2 CVI	Nouvelles tendances en marketing
	M2 MCO (MMC)	Nouvelles tendances en marketing
	M2 MIT	Nouvelles tendances en marketing
	M2 MIT	Méthodologie de projet professionnel
	M2 MIT	Art, culture et attractivité des territoires
	M2 MIT	Stratégies de développement territorial
	M2 MIT	Projet professionnel
	M2 MSL	Nouvelles tendances en marketing
	M2 MTEEC	Enjeux, problématiques et acteurs de la transition écologique et de l'économie circulaire
	M2 REM	Approches quantitatives
	DU CMSI	E-business
	DU CMSI	Web, les avantages pour les organisations
<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion de la relation client</li> <li>- Marketing, innovation et objets connectés</li> <li>- Marketing des services (santé, tourisme, banque)</li> <li>- Marketing et Responsabilité sociale des entreprises</li> <li>- Ethique et CRM</li> <li>- Smart cities et objets connectés</li> </ul>
<b>Laboratoire(s) de rattachement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directeur et Membre de MRM</li> <li>- Membre du Labex Entreprendre</li> <li>- Membre du Center for Customer Management (C*CM, Paris Dauphine)</li> <li>- Membre du groupe franco-allemand Digiwell (Karlsruhe, Toulouse, Strasbourg, etc.)</li> </ul>
<b>Habilitation à diriger des recherches</b>	OUI
<b>Responsabilité(s) scientifique(s)</b> <i>(Membre d'organisation scientifique, comités éditoriaux, activités d'évaluateur...)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Co-responsable et fondateur de la chaire Cit.Us sur les villes intelligentes (Université de Montpellier) depuis 2019.</li> <li>- Co-rédacteur en chef de Décisions Marketing (CNRS &amp; FNEGE 3)</li> <li>- Président de l'Association Française du Marketing (plus de 600 adhérents) de 2018 - 2020, puis 1<sup>er</sup> Vice-Président à partir de 2020;</li> <li>- Membre élu du conseil national des universités (CNU 06) 2015-2019</li> <li>- Datacovid, Membre du comité d'experts de haut niveau (CEHN), <a href="https://datacovid.org/cehn/">https://datacovid.org/cehn/</a></li> <li>- Membre du jury du CEFAG en 2017 et 2018</li> <li>- Président du prix de thèse de l'AFMAT (2022), <a href="https://afmat.org">https://afmat.org</a></li> <li>- Membre des comités de lecture des revues "Recherche et Applications en Marketing", "Décisions Marketing" et « Journal of Advertising Research ».</li> <li>- Rédacteur en chef invité sur le numéro spécial de Décisions Marketing sur le marketing dans un monde connecté (décembre 2016)</li> </ul>
<b>Visiting</b>	
<b>Organisation de conférence</b>	<p>Lancement de la chaire sur les usages et pratiques de la ville intelligente, 23-25 mai 2019, à l'UQAM (Canada).</p> <p>Table ronde sur la ville intelligente et responsable</p>

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

<p><input checked="" type="checkbox"/> Publication <i>(Indiquer le classement CNRS)</i></p>	<p>Cauchard L. et N'Goala G. (2021), « L'inclusion numérique : se rapprocher de l'utilisateur pour des stratégies plus efficaces », in B. Mocquet, C. Pélissier et S. Cotreaux (coord.), Revue Management des Technologies Organisationnelles (MTO), Impacts sociétaux et développements du management des technologies organisationnelles, p. 171-183.</p> <p>Kolli I, Laurent S, Cohard P, N'Goala G (2020) Placer le citoyen au coeur de la Smart City, Management des Technologies Organisationnelles, Presses des Mines, Vol 10, p. 14-33</p> <p>Audrey Portes, Gilles N'Goala, Anne-Sophie Cases (2020), La transparence numérique : dimensions, antécédents et conséquences sur la qualité des relations clients, Recherche et Applications en Marketing, First Published August 18, 2020, CNRS 2.</p> <p>Matthieu Mifsud, Mathieu Molines, Anne-Sophie Cases, Gilles N'Goala (2019), It's MY health care program: Enhancing patient adherence through psychological ownership; Social Science &amp; Medicine, Volume 232, July 2019, Pages 307-315. CNRS 1</p>
---	--

	<p>Morrongiello Caroline, Gilles N'Goala, and Dominique Kreziak (2017), Customer empowerment as a source of customer engagement, <i>International Studies on Management &amp; Organization</i>, 47, 1-27. CNRS 3</p> <p>Mifsud Matthieu, Anne-Sophie Cases, and Gilles N'Goala (2015), Service appropriation: how do customers make the service their own? <i>Journal of Service Management</i>, 26, 5, 706-725. CNRS 4.</p>
<p>☒ Communication</p>	<p>Cauchard L et N'Goala G (2022), User facing a digital service: how digital self-inclusion influences users' attitudes during the customer journey, 17<sup>th</sup> La Londe Conference on service management, Porquerolles, 7-10<sup>th</sup> June.</p> <p>N'Goala G. L'acceptabilité sociale de l'innovation : un essai de modélisation , Congrès de l'association française du marketing, Angers, du 19 au 21 mai.</p> <p>Cauchard L et N'Goala G (2020), L'inclusion numérique : vers un impact social positif pour tous, 12<sup>ème</sup> Colloque 21 Liste des communications Management des Technologies Organisationnelles (MTO), Montpellier, 4-5 octobre. Développement du management des technologies organisationnelles « Quel impact sociétal ? », 1-2 oct. 2020 Montpellier (France)</p> <p>Kolli, I. et N'Goala, G. (2020), Le sacrifice personnel du consommateur pour préserver l'environnement : proposition d'une échelle de mesure, 36<sup>ème</sup> congrès de l'AFM Association Française en Marketing, Biarritz, 5 mai (2020)</p> <p>Kolli, I. et N'Goala, G. (2020), toward a better understanding of the sacrifice for the environment, 2<sup>ème</sup> journée du marketing et développement durable, Strasbourg, 6 février (2020)</p> <p>Laurent S. and N'Goala G. (2020) Using smart services to shift distances and enhance alternative urban mobility experiences. In 16th International Research Conference in Service Management, La Londe, June 2020</p> <p>Portes A., G. N'goala, and A.S. Cases. (2020) Should digital marketing practices be more transparent? An empirical investigation on the roles of consumer digital literacy and privacy concerns in self-service technologies. In 16th International Research Conference in Service Management, La Londe, France, June 2020</p> <p>Sara Laurent, Philippe Cohard et Gilles N'Goala (2019), « Comportements de mobilité : perceptions des mesures par les experts et les usagers de la ville », 2<sup>ème</sup> journée interdisciplinaire de recherche sur les décisions et les comportements des consommateurs (jird2c)-le 3 décembre 2019- thème sur la mobilité.</p> <p>Audrey Portes, Gilles N'Goala, and Anne-Sophie Cases (2019), Looking for transparency in data and digital marketing practices: an empirical investigation on the roles of consumer digital literacy and privacy concerns, The 48th Annual Conference for the European Marketing Academy, Hamburg, May 27th-31st.</p> <p>Sara Laurent, Gilles N'Goala (2019), L'expérience hybride de mobilité : un nouveau rapport aux distances dans la smart city, in actes du 35<sup>ème</sup> congrès de l'association française du marketing, Le Havre, 15-17 mai 2019.</p> <p>Sara Laurent, Philippe Cohard et Gilles N'Goala (2019), « Comportements de mobilité : perceptions des mesures par les experts et les usagers de la ville », 2<sup>ème</sup> journée interdisciplinaire de recherche sur les décisions et les comportements des consommateurs (jird2c)-le 3 décembre 2019- thème sur la mobilité</p>

<input type="checkbox"/> Etude de cas	
<input checked="" type="checkbox"/> Ouvrage	<p>Gilles N'Goala, Virginie Pez-Pérard, Isabelle Prim-Allaz (2019), « Stratégie clients augmentée: la relation client réinventée à l'ère du tout numérique », Iste editions, Ltd. London, 314 p.</p> <p>English edition : Gilles N'Goala, Virginie Pez-Perard, Isabelle Prim-Allaz (2019), Augmented Customer Strategy: CRM in the Digital Age, ISBN: 978-1-786-30372-1, May 2019, Wiley-ISTE, 326 Pages.</p>
<input checked="" type="checkbox"/> Chapitre d'ouvrage	<p>N'Goala G et Evrard Y (2020), « Postface : Le marketing de la valeur, une question de valeurs », In Rémi Mencarelli et Arnaud Rivière (2020), « La valeur perçue en marketing – Perspectives théoriques et enjeux managériaux », Presses Universitaires de Provence, 286 p.</p> <p>N'Goala G et Evrard Y (2020), « Postface : Le marketing de la valeur, une question de valeurs », In Rémi Mencarelli et Arnaud Rivière (2020), « La valeur perçue en marketing – Perspectives théoriques et enjeux managériaux », Presses Universitaires de Provence, 286 p.</p> <p>Gilles N'Goala (2019), « Les stratégies clients face aux nouveaux défis technologiques, sociaux et environnementaux », In Gilles N'Goala, Virginie Pez-Pérard, Isabelle Prim-Allaz (2019), « Stratégie clients augmentée: la relation client réinventée à l'ère du tout numérique », Iste editions, Ltd. London, 314 p.</p> <p>Pauline Folcher, Sarah Mussol et Gilles N'Goala (2019), « Repenser le client dans un monde connecté », In Gilles N'Goala, Virginie Pez-Pérard, Isabelle Prim-Allaz (2019), « Stratégie clients augmentée: la relation client réinventée à l'ère du tout numérique », Iste editions, Ltd. London, 314 p</p> <p>N'Goala Gilles (2015), Opportunism, Transparency, Manipulation, Deception and Exploitation of Customers' Vulnerabilities in CRM, In The Dark Side of CRM: Customers, Relationships and Management, by Bang Nguyen, Lyndon Simkin, Ana Isabel Canhoto, Routledge Editor, London, 322 p.</p>
<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	<p>Participation de Cases A.S. à la table ronde sur l'évènement Numérique en Commun (NEC) le 1er avril 2021 à la Halle Tropisme sur notre rapport à la société numérique au côté de Mme la VP en charge du numérique de la Métropole de Montpellier Hind Emad et le Pr G. N'Goala.</p> <p>N'Goala G., Gavard-Perret M-L. et Wilhem M-C. (2020) : DATACOVID - Billets de blog : - <a href="https://datacovid.org/le-respect-des-gestes-barrieres-face-a-lepidemie-de-covid19-une-explication-par-lemodele-des-croyances-envers-la-sante/">https://datacovid.org/le-respect-des-gestes-barrieres-face-a-lepidemie-de-covid19-une-explication-par-lemodele-des-croyances-envers-la-sante/</a> - <a href="https://datacovid.org/les-francais-sous-linfluence-des-autres-ou-comment-les-normes-sociales-impactentnotre-respect-des-gestes-barrieres/">https://datacovid.org/les-francais-sous-linfluence-des-autres-ou-comment-les-normes-sociales-impactentnotre-respect-des-gestes-barrieres/</a> - <a href="https://datacovid.org/lefficacite-mitigee-des-appels-a-la-peur-dans-les-communications-du-covid19/">https://datacovid.org/lefficacite-mitigee-des-appels-a-la-peur-dans-les-communications-du-covid19/</a> - <a href="https://datacovid.org/covid-19-quand-">https://datacovid.org/covid-19-quand-</a></p>

	<p>culpabilisation-et-infantilisation-diminuent-lefficacite-de-lappel-a-laresponsabilite-individuelle/ - <a href="https://datacovid.org/la-liberte-sous-contraite-des-francais-deconfines-entre-reactance-psychologique-etsoumission-par-la-peur">https://datacovid.org/la-liberte-sous-contraite-des-francais-deconfines-entre-reactance-psychologique-etsoumission-par-la-peur</a></p> <p>N'Goala, G. (2020), Avis aux Parisiens qui veulent partir, les campagnes vous attendent ? Les échos start up du 23 nov. 2020 : <a href="https://start.lesechos.fr/societe/culture-tendances/avis-aux-parisiens-qui-veulent-partir-lescampagnes-vous-attendent-1267275">https://start.lesechos.fr/societe/culture-tendances/avis-aux-parisiens-qui-veulent-partir-lescampagnes-vous-attendent-1267275</a></p>
<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 :** .....