



Sophie CHANGEUR

Professeur des Universités (Professeur de Classe Exceptionnelle)

IAE Amiens - Université de Picardie Jules Verne

PRINCIPALES RESPONSABILITES EXERCEES

2016 à ce jour, Présidente des Jurys de NEOMA Business School

2015 à ce jour, Responsable atelier Gouvernement des Organisations CRIISEA EA4286 et Membre du Conseil d'Ecole Doctorale SHS de l'UPJV

2014 à ce jour, Membre du jury du concours d'agrégation interne en économie-gestion

2012-2015, 1^{er} Vice-Président du CA et 1^{er} Vice-Président de l'Université de Picardie Jules Verne

2012-2013, Délégué Scientifique à l'AERES – Section des Formations et des Diplômes

2002-2014, Membre du CA et du Bureau de l'Association Française de recherche en Marketing

TITRES UNIVERSITAIRES

2007, Reçue au 1^{er} Concours d'Agrégation en Sciences de Gestion, spécialité Marketing (11/27)

2006, HDR en Sciences de Gestion, soutenue le 14 septembre, DRM UMR7088 - Université Paris Dauphine, sous la direction de Bernard Pras, Professeur des Universités.

1999, Doctorat en Sciences de Gestion, Mention Très Honorable avec les Félicitations du Jury à l'unanimité, CEROG EA 4225 - Université Paul Cézanne Aix-Marseille 3, sous la direction du Pr. D. Merunka

Autres diplômes et qualifications :

1994 – Programme CEFAG de la FNEGE

1993 - DEA Sciences de Gestion, Marketing / Finance, I.A.E Aix-en-Provence

Séjour post-doctoral:

2000 – Chercheur visitant, Warrington School of Business, University of Florida (Etats-Unis)

POSTES UNIVERSITAIRES OCCUPES

Depuis 2007, Professeur à l'IAE – Université de Picardie

2007-2012, Professeur Affilié à ESCP Europe

2000-2007, Maître de Conférences à l'IAE - Université Paris Est Créteil

1998-1999, ATER à l'IAE – Université Paul Cézanne Aix-Marseille 3

1997-1998, ATER à l'IUT – Université Montpellier 2

1993-1996, Allocataire de recherche au CEROG EA4225 - Université Paul Cézanne Aix-Marseille 3

RESPONSABILITES ET ACTIVITES SCIENTIFIQUES ET DE RECHERCHE

Sociétés savantes :

2002-2013, Membre du Bureau de l'association française de recherche en marketing (AFM) : Trésorière et Responsable stratégie développement de 2010 à 2013, Déléguée Générale de 2006 à 2010, Membre de la commission Entreprises de 2002 à 2006

2002-2014, Membre du Conseil d'Administration de l'association française de recherche en marketing (AFM)

Unités de recherche :

Depuis 2014, Responsable de l'équipe Gouvernement des Organisations du CRIISEA EA 4286, responsable du comité des thèses en sciences de Gestion, membre du conseil de laboratoire et représentante de l'unité au conseil de l'école doctorale SHS

2002-2007, Responsable de l'équipe Marketing de l'Institut de Recherche en Gestion EA 2354 – Université Paris Est (20 enseignants-chercheurs)

Revues, congrès :

2011, Membre de la commission de révision du classement CNRS des revues de marketing

2004-2012, Membre du comité éditorial, en charge de la rubrique *Managers* de 2004 à 2012

2010-2014, Membre du comité de lecture de la revue *Recherche et Applications en Marketing* (CNRS 2 – HCERES A)

Depuis 2007, Membre du comité de lecture de la revue *Décisions Marketing* (CNRS 3 – HCERES B)

Depuis 2017, Lecteur occasionnel pour la *Revue Française de Gestion* (CNRS 3 – HCERES A)

Membre du comité scientifique d'arbitrage et du comité de lecture du congrès de l'association française de recherche en marketing (AFM)

Lecteur occasionnel pour les congrès *ATM*, *EMAC*, *AMA Summer et AMA Winter*, Etienne Thil et plusieurs Journées de Recherche AFM.

Prix scientifiques :

Membre du jury 2018 du prix académique des meilleures recherches en management FNEGE-SYNTec Stratégie & Management

Evaluateur occasionnel pour le prix de thèse de l'association française de recherche en marketing (AFM-FNEGE),

Evaluateur occasionnel pour le prix du meilleur cas AFM-CCMP

Encadrement de HDR :

« Pouvoir, décision, éthique et mimétisme : une analyse des aspects comportementaux de la finance moderne », Bruno-Laurent Moschetto (MCF Université de Picardie Jules Verne), soutenue en 2017

Direction de thèses soutenues :

« L'influence de la musique de marque sur les déterminants du capital-marque : une approche par le symbolisme musical », Alice Zoghaib, Université Paris Dauphine, soutenue en 2012. Lauréate du Prix de thèse Sphinx-FNEGE 2013, finaliste du prix de thèse AFM-FNEGE 2014. Devenir : Professeur à l'ISG Paris.

« New insights on consumers' perceptions of brand-induced nostalgia and its role in the formation of consumer-based brand equity », Anne-Laure Bartier, Louvain School of Management (Belgique), co-direction avec Isabelle Schuiling, soutenue en 2014. Devenir: Professeur assistant à Louvain School of Management.

« Le système de management de marque : médiateur de la relation entre l'orientation marché et la performance marque », Mathieu Dunes, Université Paris Dauphine, co-direction avec Bernard Pras (directeur de thèse), soutenue en 2014. Devenir ; Maître de conférences à l'IAE d'Amiens.

Nathalie Bou Nafeh, « Etude du rôle de la marque en politique au travers de l'influence de l'image du Leader politique sur l'attitude envers celui-ci et sur l'intention de vote pour le parti politique », Université de Picardie, soutenue en 2016. Devenir : Program officer à l'UNICEF Lebanon, ONU.

Direction de thèses en cours :

Romain Lesage, « En quoi la forme organisationnelle d'une entreprise influence-t-elle sa démarche de knowledge management inter organisationnel ? », Université de Picardie (4^{ème} année).

Edgar Rizk, « L'entrepreneuriat comme facteur de développement des camps palestiniens au Liban », Université de Picardie (3^{ème} année)

Abderrahmane El-Beirouti « Customer knowledge management et empowerment du client digital », Université Alger 3, co-encadrement dans le cadre du programme PROFAS

Jurys de thèses et HDR :

2004 – Eric Delattre, Thèse Université Paris Dauphine (Rapporteur)

2008 – Lilia Smaoui, Thèse Université Paris Dauphine (Rapporteur)

2008 – Audrey Azoulay, Thèse HEC (Rapporteur)

2008 – Florence Duval, Thèse Université de Caen (Rapporteur)

2010 – Andreas Kaplan, HDR IAE, Université Paris I (Présidente du Jury)

2010 – Thi Hoang Yen Nguyen, Thèse Université Paris Est (Présidente du Jury)

2010 – Cédrine Joly-Gazin, Thèse Université Montpellier 1 (Présidente du Jury)

2012 – Catherine Viot, HDR Université Bordeaux 4 (Rapporteur)

2012 – Florence Duval, Thèse Université de Caen (Rapporteur)

2014 – Jonathan Peillex, Thèse Université de Picardie (Suffragante)

2015 – Audrey Morgand, Thèse Université de Picardie (Présidente du Jury)

2016 – Violette Bouveret, Thèse ESCP Europe (suffragante)

Organisation de conférences :

2019, Membre du comité scientifique et d'organisation du colloque annuel du Congrès de l'Association d'Economie Solidaire, Amiens, septembre.

2008-2009, Co-Présidente du comité scientifique et du comité d'organisation du congrès international de l'AFM, Londres (en collaboration avec Sandrine Macé, ESCP Europe)

2008, Membre du comité académique des *Etats Généraux du Management*, au titre de l'AFM, Paris, Octobre 2008.

2004 à 2006, Création et organisation de l'*Atelier de Recherche Appliquée de l'AFM* (3 éditions)

2005, Organisation de la *Journée de Recherche IRSAM-ISEG 'Marketing en Chine'*.

2002 et 2004, Création et organisation de la *Journée de Recherche AFM/IRG Paris XII 'Les Marques'*.

1999, Organisation du 1^{er} *Colloque Doctoral IAE Aix – ESSEC*.

Expertises :

2010-2012 - Expertises ANR, notamment dans le cadre du programme JCJC SHS

2010-2012 - Expertises pour le Fonds National Suisse de la recherche scientifique (FNS)

2007-2012 - Nombreuses expertises pour l'AERES (sections 1, 2, 3), cf. infra le détail.

Affiliations :

Membre de l'*Association Française du Marketing (AFM)*, *American Marketing Association (AMA)*, *INFORMS Marketing Science*, *European Marketing Academy (EMAC)*.

ENSEIGNEMENT, RESPONSABILITES PEDAGOGIQUES ET ADMINISTRATIVES

Depuis 2007, Professeur à l'IAE – Université de Picardie, membre du CRIISEA EA4286

Membre du CA de l'IAE depuis 2008

Responsable de la recherche (correspondant du réseau des IAE) et référent doctorat depuis 2008

En charge de l'accréditation des formations de l'IAE pour le CQ 2018-2024 (vague C) : pilotage du processus, rédaction des auto-évaluations et fiches AOF, négociations.

Membre du comité de pilotage pour la certification qualité Qualicert (SGS)

Porteur de la mention de master Sciences du Management pour le CQ 2017-2022

Création et responsabilité du master marketing-vente depuis 2015

Responsable de la Licence 3 Economie-Gestion parcours marketing-vente en 2015-2016 et depuis 2018

Responsable de la mobilité internationale entrante et sortante de l'IAE, de la politique linguistique et des certifications, depuis 2011

Référente Maison des Langues depuis 2015

Coordnatrice UE transverse de la L3 Economie Gestion (parcours IAE) depuis 2018

Enseignement en formation initiale, alternance et continue en français : Stratégie marketing– Markstrat (M2), Méthodes de recherche en Gestion (M2), Comportement du consommateur (L3 – MDI Alger), Techniques de communication (L3), Décisions Marketing (M1), études marketing (L3 – MDI Alger), serious games et cas 3D dans différentes matières.

Enseignement en dehors de l'IAE : « Utilisation de serious games dans l'enseignement » (formation continue des enseignants – DRH Formation), « Carrières universitaires et recrutement » (Formation Ecole Doctorale SHS), « Serious game management/marketing » (Ecole Doctorale STS)

2007-2012, Professeur Affilié à ESCP Europe

Enseignements en formation initiale et continue en français et en anglais : Simulation Markstrat (Programme Grande Ecole), Fonction chef de produit (MS Marketing et Communication FI et FC, Campus de Paris et ESA Beyrouth), Gestion des marques (MS Marketing et Communication FI, Programme Grande Ecole, Programme doctoral), Marketing fondamental (Programme Grande Ecole).

2000-2007, Maître de Conférences à l'IAE - Université Paris Est Créteil, membre de l'IRG EA2354

2004-2007 – Création et responsabilité du Master 2 Marketing Chef de Produit.

2005-2007 - Membre du Conseil de la Faculté de Sciences Economiques et de Gestion (dont l'IAE est un département)

Enseignement en formation initiale, alternance et continue en français : Fonction chef de produit (M2), Gestion des marques (M2, M2 Recherche et M1), Simulation Markstrat (M1), Comportement du consommateur (M1), Communication (M1), Théories du Marketing (M2 Recherche Marketing)

RESPONSABILITES COLLECTIVES A L'UPJV

2015 à ce jour, Membre du Conseil de l'Ecole Doctorale SHS

2016 à ce jour, Membre du Conseil des Sports

2012 - 2016, Membre du Conseil d'Administration de l'Université de Picardie, membre de la commission des finances et de la commission des statuts

2012 - 2015, 1^{er} Vice-Président du CA et 1^{er} Vice-Président de l'Université de Picardie Jules Verne avec 3 directions rattachées : Finances, RH, Communication, en charge de :

- Instances : Présidence du CA restreint, Préparation des CA, CT et RDD (Réunion des Directeurs et Doyens de composantes)
- Finances : Elaboration du Débat d'Orientation Budgétaire, pilotage des dialogues de gestion (18 composantes + services communs et services centraux + recherche), préparation du budget de l'établissement et du compte rendu d'exécution budgétaire, présentation au CA
- Ressources Humaines : politique d'emploi (EC, EA, BIATSS) dont négociations avec composantes et unités de recherche (en collaboration avec le 1^{er} VP CS), politique indemnitaire, avancement de grade des enseignants-chercheurs, élaboration et suivi du référentiel d'activités, gestion des heures complémentaires
- Communication : communication interne et externe institutionnelle
- Pilotage interne : relations composantes et unités de recherche pour les problématiques d'orientation des emplois et des budgets
- Relations institutionnelles avec le Président (rencontres et négociations avec les tutelles et les collectivités : Conseil Régional, Métropole, Recteur d'académie, DGSESIP, Universités partenaires régionales)
- Dossiers confidentiel défense en matière de recherche / PPST (dont mise en place des ZRR), relations DCRI, en possession d'une habilitation Confidentiel Défense

Avril 2008 - avril 2012, Membre du CEVU de l'Université de Picardie

2011-2012, Chargée de mission pour le Président G. Fauré : Pilotage de l'évaluation AERES de l'établissement (effectuée par la section 1 de l'AERES), puis participation à l'élaboration du contrat quinquennal pour la recherche et la formation et aux négociations avec la DGESIP

Depuis 2011, Présidente des comités de sélection pour le recrutement de MCF et PU en Sciences de Gestion à l'Université de Picardie (IUT, IAE, UFR Economie-Gestion) – soit 1 à 3 recrutements par an.

RESPONSABILITES COLLECTIVES REGIONALES ET NATIONALES ET EXPERTISES

Depuis 2017, Présidente des jurys de concours et des jurys de diplôme (Programme Grande Ecole, CESEM, TEMA), Neoma Business School

2015-2019, Membre du jury du concours d'agrégation interne en économie – gestion

2014-2017 : Membre associé du Conseil Economique, Social et Environnemental de la Région Picardie (CESER), membre de la commission « Formation des hommes, recherche, culture », (mandat de 6 ans).

2012-2017 : Membre du Conseil de surveillance du CHU d'Amiens au titre des personnalités qualifiées

2012-2015 : Membre de l'Association Nationale des Vice-Présidents de Conseil d'Administration

2014-2015 : Membre du bureau et trésorière de l'Association Nationale des Vice-Présidents Ressources Humaines des établissements d'enseignement supérieur

2012-2013 : Délégué scientifique à l'AERES - section des Formations et Diplômes : en charge du secteur économie, gestion pour les masters

2007-2012 : Missions d'évaluation auprès de l'AERES :

- **Section des Formations :** Masters (Expert en 2007, 2008, 2009 - Présidente d'un comité d'évaluation Droit-Economie-Gestion en 2010, puis SHS 1 & 2 en 2012)
- **Section des Etablissements :** Université Bordeaux 4 (2010), Université de Savoie (2010)
- **Section des Unités de Recherche :**
Membre des comités de visite ayant évalué les unités de recherche CEROS et UMR EconomiX - Université Paris Nanterre (2007), GRAICO - Université de Haute-Alsace (2008), EREIA - Université d'Artois (2008), LR II - Université du Littoral Côte d'Opale (2008), PRISM et GREGOR - Université Paris 1 (2009), FRROI et unités du secteur SHS - Université de La Réunion (2009), IRGO - Université Bordeaux 4 (2009), Magellan – Université Lyon 3 (2010)
Présidente des comités de visite CEMOI/CERESUR - Université de La Réunion (2009), ICI – Université de Bretagne Occidentale (2010)

Depuis 2008, Membre de comités de sélection pour le recrutement de MCF et PU en Sciences de Gestion, en Sciences Economiques et en STAPS (Université de Picardie, Aix-Marseille Université, Université de Rouen, Université Paris Descartes, Université Paris Est Créteil, Université Paris Dauphine, Université Paris Ouest Nanterre, Université de Nouvelle Calédonie, Université de Valenciennes, Université de Bordeaux, Université Lille 2, Université de Caen)

Présidente du comité 06MCF303 de l'Université de Bordeaux (2017), du comité de sélection 06MCF1796 de l'Université Paris Descartes (2019) et des comités de sélection 06 de l'Université de Picardie.

TRAVAUX DE RECHERCHE

Changeur S. (2004), “ Stratégies de marques et richesse des actionnaires : une approche financière du capital-marque ”, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 19, n°4.

- Zeitoun H. et Changeur S. (2003), “ Une réflexion sur les besoins actuels des managers en matière de recherches sur la marque ”, *Décisions Marketing*, n°30, avril-juin.
- Merunka D., Changeur S. et Bourgeat P. (1999), “ Les modèles de concurrence entre les marques : pratiques et limites ”, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 14, n°4.
- Changeur S. et Chandon J.L. (1995), “ Le territoire-produit : étude des frontières cognitives de la marque ”, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 10, n°2.
- Changeur S., « Le capital-marque : concepts et modèles », (en cours) 2^{ème} lecture pour *Recherche et Applications en Marketing*.
- Béraud P. et Changeur S. (2006), *La Chine dans la mondialisation. Marchés et stratégies*, Editions Maisonneuve et Larose.
- Changeur S. et Chandon J.L. (1999), “ Le territoire de marque : gestion des risques liés à l’extension de marque ”, dans l’ouvrage *Les références de l’IREP, Tome 2 - La marque*, Paris, I.R.E.P., pp.49-88.
- Bou Nafeh N. et Changeur S. (2017), “ Comprendre les déterminants du vote : quel apport des travaux en marketing sur la marque à la science politique ”, *Actes du 33^{ème} Congrès de l’Associations Française du Marketing*, Tours, mai.
- Munthiu M.-C., Changeur S. et Dunes M. (2017), “ Quand la marque « bio » lave plus vert: une étude des réactions des consommateurs face au greenwashing sur le marché du bio ”, *33^{ème} Congrès de l’Associations Française du Marketing*, Tours, mai
- Zoghaib A. et Changeur S. (2011), “ Musique de marque, concept de marque et associations à la marque : une approche par le symbolisme musical ”, *Actes du 27^{ème} Congrès de l’Associations Française du Marketing*, Bruxelles (Belgique), mai
- Changeur S. (2009), “ Marketing and finance interface : Value is in the eye of the beholder ”, *ESCP Europe Marketing Seminar*, Paris, septembre.
- Changeur S. (2008), “ La baisse du pouvoir d’achat : mythe ou réalité ? ”, *Etats Généraux du Management*, Paris, octobre.
- Changeur S. et Fons C. (2007), “ Managerial identification of competitors: Representations, criteria and differences among managers ”, *Proceedings of the 36th EMAC Conference*, Reykjavik (Islande), mai.
- Changeur S. et Orsingher C. (2006), “ Le capital-marque ou la valeur ajoutée de la marque : la distinction produit/service ”, *Actes de la Conférence Tendances du Marketing*, Venise (Italie), janvier.
- Changeur S. et Batteau P. (2006), “ Performance marketing et performance financière : débats et enjeux ”, *3^{ème} Atelier AFM de Recherche Appliquée*, Paris, avril.
- Changeur S. (2006), “ Les stratégies de prix bas ou comment gérer la valeur perçue de l’offre ”, Atelier ANVIE, Paris, janvier.
- Changeur S. (2004), “ Les réactions du marché boursier aux annonces sur les stratégies de marques : une approche financière du capital-marque ”, *Actes du 20^{ème} Congrès de l’Associations Française du Marketing*, Saint Malo, mai.

Changeur S. (2004), “ From customer-based brand equity to firm-based brand equity : a study of stock market reactions to brand strategy announcements ”, *Proceedings of the 33rd EMAC Conference*, Murcia (Espagne), mai.

Michon C. et Changeur S. (2003), “ Une étude des réactions des consommateurs face aux crises sur les marques ”, *Actes du Congrès Tendances du Marketing*, Venise (Italie), novembre.

Changeur S. et Merunka D. (2000), “ Brand Extension Evaluation: Comparing Concept Testing and ‘Real Launch’ Conditions ”, *Proceedings of The Society For Marketing Advances Conference*, Orlando (Etats-Unis), novembre.

Changeur S. et Merunka D. (2000), “ The Impact of Brand Associations on Branded Products’ Performance ”, *Proceedings of the American Marketing Association – Winter Educators’ Conference*, San Antonio (Etats-Unis), février.

Changeur S. et Merunka D. (2000), “ Le territoire de marque: modèle et mesure ”, *Actes du 16^{ème} Congrès de l’Association Française de Marketing*, Montréal (Canada), mai.

Strazzeri A. et Changeur S. (2000), “ Are Consumers’ Values Associated with Cultural and Leisure Practices ? a multicultural study ”, *Multicultural Marketing Conference – Academy of Marketing Science*, Hong-Kong (Chine), septembre.

Changeur S. et Merunka D. (1999), “ What is Brand Territory ? ”, *Proceedings of the 28th EMAC Conference*, Berlin (Allemagne), mai.

Changeur S. et Merunka D. (1998), “ A Theoretical and Empirical Investigation of the Brand Territory Concept and its Impact on Branded Products’ Performance ”, *INFORMS Marketing Science Conference*, Fontainebleau, juin.

Changeur S. et Dano F. (1998), “ Les associations valorisées par les consommateurs : une approche perceptuelle du capital-marque ”, *Actes du 14^{ème} Congrès de l’Association Française du Marketing*, Bordeaux, mai.

Changeur S. et Dano F. (1996), “ Aux sources du capital-marque : le concept d’associations de la marque ”, *Actes du 12^{ème} Congrès de l’Association Française du Marketing*, Poitiers, mai.

Changeur S. et Chandon J.L. (1996), “ La gestion des risques liés à l’extension de marque ”, *Conférence Marque et Innovation*, Institut de Recherche sur les Etudes et la Publicité (I.R.E.P.), Paris, novembre.

Changeur S. et Chandon J.L. (1995), “ The product-territory : a study of brand cognitive boundaries ”, *Proceedings of the 1st International Research Seminar on Marketing Communications and Consumer Behavior*, La Londe-les-Maures. Ce papier a obtenu le Best Paper Award.

Autres travaux :

2006 - “ Contributions à l’étude de la performance en Marketing ”, Mémoire de HDR, Université Paris Dauphine

1999 - “ Le territoire de marque : Proposition et test d’un modèle basé sur la mesure des associations des marques ”, Thèse de Doctorat, IAE – Université Paul Cézanne Aix-Marseille 3.