

Laboratoire REGARDS EA 6292
Université de Reims Champagne-Ardenne
UFR des Sciences Économiques, Sociales et de Gestion
57 bis, rue Pierre Taittinger 51096 Reims Cedex, FRANCE



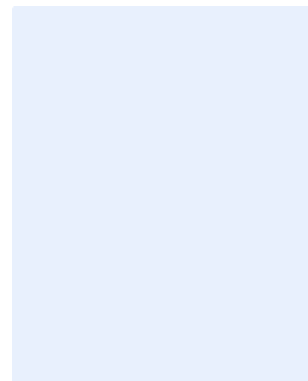
CISSE-DEPARDON KARINE

Corps-grade : MCF

Section : 06 - Sciences de gestion

Statut : Membre

E-mail : karine.depardon@univ-reims.fr



Mots-clés

Comportement du consommateur, Résistance du consommateur, Anti-consommation, Mouvements sociaux, Pratiques collectives

Production scientifique (2010-2016)

Présentation des activités et des résultats de la recherche.

La production scientifique doit être présentée selon les critères HCERES (voir listes jointes HCERES économie-gestion et autres listes HCERES).

Bien valoriser les opérations avec des partenaires non académiques.

Bien indiquer dans la rubrique correspondante les publications qui ne sont pas dans les listes HCERES/CNRS en revue à comité de lecture ou sans qui sont un indicateur de rayonnement de la recherche.

Publications 2010-2016 :

- *Articles en revues classées HCERES/CNRS à comité de lecture (Économie - Gestion)*

CISSE-DEPARDON Karine et PAPETTI Catherine (2015), Les flashmobs et le rôle des réseaux sociaux numériques : une étude exploratoire d'un flashmob écologique, *Décisions Marketing*, Avril-juin, 131-150.

Communications en colloques internationaux et nationaux 2010-2016 :

- *Communications orales internationales*

DEPARDON Karine, KORCHIA Michaël et Plusquellec Eléonore (2015), Let's run before they Findus: les marques à l'épreuve des scandales, Congrès International de l'Association Française de Marketing, 20-22 mai, Marrakech.

ZOUARI Soraya et DEPARDON Karine (2014), Le comportement de résistance des consommateurs vis-à-vis des blogs : Une étude exploratoire sur le rejet des marques et la rupture relationnelle entre blogueuses de mode, lectrices et marques, Congrès International de l'Association Française de Marketing, 14 et 15 mai, Montpellier.

- DEPARDON Karine (2014), L'intégration d'une dimension positive dans les mouvements collectifs de résistance de consommateurs, 13th International Congress of Marketing Trends, Venise, 24-25 janvier.
- CISSE-DEPARDON Karine et Papetti Catherine (2012), Influence du consommateur socialement responsable sur l'engagement éco-citoyen des entreprises: Etude des motivations du consommateur et rôle des réseaux sociaux numériques dans le cas CarrotMob, 9ème Congrès International de l'Aderse, Nice, 29-30 mars.
- MARS Marie-Catherine, Menvielle Loick, CISSE-DEPARDON Karine et Julia Albrecht (2010), Comprendre la consommation de cosmétiques biologiques : une approche exploratoire par les valeurs du consommateur, 9th International Congress of Marketing Trends, Venise, 21-23 janvier.

- *Communications orales nationales*

- COCHART-MURARO Magali et CISSE-DEPARDON Karine (2015), Proposition d'une échelle de mesure de l'état de désorientation du consommateur dans le domaine alimentaire, 1ère Journée de Recherche en Marketing Grand Est, Dijon, 27 mars.
- ZOUARI Soraya, DEPARDON Karine et Emmanuelle GARDAIR (2015), Quand les marques s'en mêlent : une exploration des conséquences de la présence des marques dans les blogs de mode sur les lectrices, 1ère Journée de Recherche en Marketing Grand Est, Dijon, 27 mars.
- CISSE-DEPARDON Karine (2013), Les boycotts de prix: un moyen de pression contre la pauvreté?, Colloque Pauvreté, Précarité et Consommation, 25 octobre, IRG, Paris-Créteil.
- CISSE-DEPARDON Karine et Papetti Catherine (2012), « Un commerçant, mes réseaux et moi faisons un geste pour sauver la planète! » - Etude de la participation et rôle des réseaux sociaux numériques dans un flashmob écologique, 11ème Journée de recherche sur le e-marketing, Paris, 7 septembre.
- COTTET Patrice, CISSE-DEPARDON Karine et LAMY Caroline (2011), L'architecture hyper-théâtralisée des centres de magasins d'usine : Quelle perception par les magasiniers?, 14ème colloque Etienne Thil, Roubaix, 22-23 septembre.

Rayonnement et attractivité académiques (2010-2016)

Participation à des réseaux scientifiques, implication dans des projets nationaux ou internationaux, prix et distinctions reçus par les membres de l'unité, attractivité nationale et internationale (recrutement, chercheurs invités...), organisation de manifestations scientifiques, participation à des expertises... Les listes des contrats institutionnels sur financements publics et caritatifs (ARC, ANR, contrats européens, etc.) doivent aussi figurer ici. À cet effet, vous devez préciser : le nom du contrat - le type, la période et le montant du financement – ainsi que les mots-clés.

- *Organisation de manifestations scientifiques (colloques, journées d'étude)*

Membre du comité d'organisation de la 2ème journée de recherche en marketing Grand Est, 1er avril 2016.

- *Tâches d'évaluation scientifiques (jury de thèse ou d'HDR)*

Membre du jury de thèse (Suffragant) de Melle Emilie Stien le 22 Mars 2012 à Lens (Université d'Artois) - Composition du jury: Joël Müller (Directeur de thèse), Francis Salerno (Président du jury), Ulrike Mayrhofer (Rapporteur), Laure Lavorata (Rapporteur), Stéphane Callens (Suffragant)

Relecteur pour des revues classées HCERES (Recherche et Applications en Marketing, Décisions Marketing)

Relecteur pour des congrès internationaux : Congrès international de l'Association Française de Marketing, International Marketing Trends Congress, Academy of Marketing Science (AMS) / World Marketing Congress (WMC) 2016

Evaluateur pour le Prix AFM-CCMP du Meilleur Cas Pédagogique en Marketing décerné lors du Congrès international de l'Association Française de Marketing