

Madeleine BESSON

Intervenant à la **CCMP**
81, avenue de la République
75543 PARIS Cedex 11
Tél : 01 49 23 57 22
Site : www.ccmp.fr

Activités professionnelles

Enseignement

Jan. - Mar 2011 : Visiting Professor OVSM / Université de Genève
Depuis 2006 : Directrice de recherche associée à l'I.R.G.
Depuis 2003 : Professeur de marketing à TELECOM Ecole de Management

Responsabilités :

2007 - 2009 : Directrice du laboratoire de recherche sur le management et les TIC,
CEMANTIC
2005 - 2006 : Directrice du département Management, Marketing et Stratégie
De 1996 à 2002 : Professeur de marketing à NEGOCIA et
Responsable du programme Business-to-Business

Cours enseignés : Marketing et Innovation
Stratégie marketing
Marketing des services
Etudes de marché

Affiliations

- Membre de l'AFM (responsable de la rubrique « Paroles » des Tribunes de l'AFM) ; membre de l'EMAC, membre fondateur de l'ADAES (Association pour le développement de l'Alternance dans l'Enseignement Supérieur)
- Réviseur pour : Recherche et Applications Marketing, Décisions Marketing, European Management Journal.

Formation

- Habilitation à Diriger des Recherches, Université Paris II Panthéon Assas
- Doctorat es Sciences de gestion, Groupe HEC
- Diplôme HEC, Groupe HEC

Publications

▪ Ouvrages

Le cas des services (recueil de cas), ouvrage collectif en cours d'élaboration, EMS Editions, à paraître fin 2013.

Apple Store ou la naissance d'une nouvelle enseigne de distribution, in R Soparnot et JL Moriceau eds., *Management de l'innovation*, EMS Editeur, 2013, à paraître.

Prospective des ruptures et innovations dans la société et l'économie numériques : enseignements de l'atelier de réflexion prospective, rapport établi à la demande de l'Agence Nationale de la Recherche, Octobre 2011.

Former les managers : quand l'alternance s'invite dans le débat, ouvrage collectif aux Editions Vuibert, avril 2008.

L'alternance dans l'enseignement supérieur : les enjeux pour la formation au management, ouvrage collectif aux Editions l'Harmattan, avril 2005.

• Articles

Assessing and categorizing new hybrid electronic devices: do affordance and similarity-based theories apply?, avec A. Amine et D. El Amri, *Communications & Strategies*, 2013, à paraître.

Adaptation des systèmes de contrôle en temps de crise : perceptions et réactions des commerciaux, avec Lavorata, L., *Revue Française de Gestion*, 2013, à paraître.

Contribution à la réflexion sur les modèles d'affaires, avec E. Colla, in Dang Nguyen, G. et P. Créach eds, *Recherches sur La Société du Numérique et ses Usages*, Paris, L'Harmattan, mars 2011, 251-270.

Impact de la crise économique sur le management commercial : une étude exploratoire auprès des conseillers bancaires, avec Lavorata, L., *Management et Avenir*, janvier 2010, Vol 31, 111-123.

Sticking together under pressure: the risk-sharing approach and trust-building in sales management, avec C. Mendoza et H. Löning, *European Management Journal*, February 2008, Vol. 26, n° 1, 11-23.