

Emmanuelle LE NAGARD - ASSAYAG

Intervenant à la

CCMP

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

**Professeur au Groupe ESSEC - Département Marketing
Responsable de la Chaire Vente et Stratégie Marketing**

Formation

Habilitée à Diriger des Recherches (Université Paris Dauphine).
International Teachers Program, janvier 1999-juillet 2000, New York University
Docteur en Sciences de Gestion (Doctorat HEC, filière marketing)
DEA Economie Appliquée, IEP Paris
ESCP
Maîtrise de Lettres Modernes à Paris IV-Sorbonne

Expérience professionnelle

septembre 94/ août 97 : Chargée d'Etudes à la DSIM (Délégation aux Services de l'Image), puis à la DINU (Direction de l'Innovation et des Nouveaux Usages), au sein de la Branche Développement de France Télécom.

Expériences pédagogiques

Depuis septembre 1997 : Professeur au Département Marketing, Groupe ESSEC

Interventions dans la Période initiale, dans le programme MBA, dans les Mastères Spécialisés, en formation permanente diplômante et programmes intra.

1990-1995 : Département Marketing, Groupe HEC; réalisation de 15 cas et de leur note pédagogique, sous la direction des professeurs du Département.

Responsable de cours :

- Introduction au Marketing, coordination et enseignement du cours
- Innovation et Nouveaux Produits
- Responsable Pédagogique du Programme CPI (Conception de Produits Innovants), en partenariat avec l'Ecole Centrale et Strate Collège Designers

Thèmes de recherche :

- Lancement de nouveaux produits
- Marketing des nouvelles technologies
- Stratégie marketing
- Stratégies de prix

Publications et travaux

Domaines de recherche : Développement et lancement de nouveaux produits, Prix, Stratégie marketing

Articles dans *International Journal of Research in Marketing, Journal of Product and Brand Management, Journal of Business Research, Recherches et Applications en Marketing, Décisions Marketing, Revue Française de Marketing, Revue Française de Gestion, Communications et Stratégies*

Ouvrages :

- Co-auteur de « Marketing de l'Innovation », avec Delphine Manceau, Dunod, 2011
- Co-auteur de « Principes de Marketing », avec Thierry Lardinois, Pearson Education, 2010 (Adaptation de « Marketing, an introduction », de Philip Kotler et Gary Armstrong)

Chapitres :

- *Innovation et développement d'un nouveau produit*. In: *MBA Marketing* (avec D. Manceau). Paris (France) : Eyrolles Editions d'Organisation, Jean-Marc Lehu. 2011, p. 185-211
- *Dérives et transformations du marketing de l'innovation: d'Inspecteur Gadget au Retour du Jedi*. In: *Les paradoxes du marketing* (avec D. Manceau). Paris (France) : Eyrolles Editions d'Organisation, Marie-Hélène Fosse-Gomez. 2011, p. 85-102 (Publication du Cercle de l'Entreprise et du Management)
- *Comment choisir le test de concept adapté: La validation de l'idée du nouveau produit ou service*. In: *Innovation et création d'entreprise: de l'idée à l'organisation* (avec S. Morin-Delerm). Paris (France) : ESKA, Alain Bloch, Sophie Morin-Delerm. 2011, p. 21-46
- *L'innovation dans les services d'information: les nouvelles règles stratégiques*. In: *Management: Enjeux de demain*. Paris (France) : Vuibert, Bernard Pras. 2009, p. 269-276

Première Vice-présidente de l'Association Française du Marketing

un service de la