

Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ

Professeur des Universités

48 ans

Mariée, 2 enfants

Adresse professionnelle

FFBC, 2 rue de Mulhouse BP 381
59020 LILLE

adresse personnelle

23 rue Jeanne d'Arc
59 000 LILLE

Courriel : marie-helene.fosse-gomez@univ-lille2.fr

DIPLOMES & FORMATION

1997	Concours d'Agrégation en Sciences de Gestion
1992	Doctorat en Sciences de Gestion (Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université Montpellier II sous la direction du Pr P-L Dubois. Très Honorable et Félicitations <i>Prix Paul Nicolas de l'Académie des Sciences Commerciales</i>)
1988	Diplôme du DEA en Sciences de gestion à l'Université Lille 1, mention Bien.
1985	Diplôme EDHEC , major de promotion.

FONCTIONS EXERCEES

Professeur des Universités

depuis septembre 2000 à l'Université Lille 2

Enseignements de Marketing en Masters Professionnels et en spécialité Recherche, à la FFBC, à l'IMMD et à l'Institut Lillois du Management de la Santé ILIS (Lille 2)
Enseignements à l'IEP de Lille et coordination de la filière éco-fi depuis 2009
Responsable de la mention de Master *Distribution et Marketing*
Responsable de la spécialité *Marketing International*
Responsable de la spécialité Recherche *Marketing Programme Avancé*
Directrice de l'IUP Banque-Finance-Assurance de 2001 à 2004

de 1997 à 2000 à l'IAE Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis

Enseignements de Marketing et de Théorie des Organisations dans divers programmes
Directrice de l'IUP Sciences de Gestion (créé en Septembre 1997)
Directrice du Laboratoire de Recherche en Gestion LARIME

Maître de Conférences

de 1994 à 1997 à l'Université Lille 2

Assistant-Professeur

de 1989 à 1994 à l'EDHEC

Chargée d'Etudes

de 1988 à 1989 dans un Cabinet d'Etudes Marketing FORCING (Lille)

Assistante Universitaire

de 1985 à 1988 à la FUCAM (BELGIQUE)

ACTIVITES DE RECHERCHE

Animation de la recherche en Marketing à Lille 2

Création et développement du groupe Marketing depuis 2001 au sein du laboratoire de recherche en Sciences de Gestion de l'Université de Lille 2, désormais associé aux chercheurs de SKEMA.

L'équipe marketing compte aujourd'hui 25 chercheurs (2 PR, 2 HDR, 15 MCF ou équivalents, 7 doctorants)

Organisation et animation d'un séminaire de recherche bi-mensuel et d'évènements (conférences de Professeurs invités, séminaires de formation aux méthodes quantitatives)

Direction de recherche

Thèses dirigées et soutenues

V. Delassus (2005) « *La stratégie d'abandon de marque : analyse des transferts de valeurs de la marque abandonnée vers la nouvelle marque* »

N. Ozcaglar-Toulouse (2005) « *L'apport du concept d'identité à la compréhension du consommateur responsable* »

I. Decoopman-Lecleire (2008) « *Echanges de vêtements avec sa fille adolescente : une logique de construction identitaire ?* »

E. Gentina (2008) « *L'adolescente consommatrice à la recherche de son autonomie* »

G. Barbot (2009) « *Choisir un placement socialement responsable : une affaire de conviction ? Effet du cadrage sur les choix d'investissement des particuliers* »

Thèses en cours

Manel Hadj Hmida ; Marie Schill, Fatima Regany, Delphine Godefroit

Habilitations à Diriger des Recherches encadrées et soutenues

I. Poncin en janvier 2008

I. Collin-Lachaud en mars 2010

Organisation d'évènements scientifiques

Workshop « Ethnicity, Consumption and Market » Lille, 17 Mai 2008, Université de Lille 2

Congrès international « Immigrants, Consumption and Markets », 18-19 mai 2009, Université Lille 2 (36 papiers présentés sur 2 jours)

Séminaire doctoral annuel « Méthodes qualitatives et approche culturelle de la consommation »

Participation à l'activité de la communauté scientifique

Membre du Comité de Lecture de la revue « Décisions Marketing »

Évaluatrice régulière pour les revues RAM, PCC, ...

Membre de l'Association Française de Marketing

Participation au jury du prix de thèse AFM, participation au Tutorat collectif de thèses de l'AFM, ...

Représentante de l'Université auprès du PICOM, Pôle de Compétitivité des Industries du Commerce

Participation à des projets de recherche

2007-2010 ANR ETHNOS Recherche en marketing ethnique, financé par l'ARN pendant 30 mois.

Recherches sur les liens entre culture et pratiques de consommation dans les familles.

Dernières publications dans des revues avec comité de lecture

DELASSUS-PAUWELS V. & FOSSE-GOMEZ M-H (à paraître 2012) «Peut-on transférer la richesse de la marque locale abandonnée ? Les enseignements du passage de Marie Thumas à Bonduelle» *Décisions Marketing* n° 67, Juillet-septembre 2012

GENTINA E., PALAN K. & FOSSE-GOMEZ M. H. (2011), The practice of using makeup: a consumption ritual of adolescent girls, *Journal of Consumer Behavior*, in press.

DECOOPMAN I., GENTINA E., FOSSE-GOMEZ M-H. (2010) "La confusion des générations ? Les enjeux identitaires des échanges vestimentaires entre les mères et leur fille adolescente"
Recherche et Applications en Marketing, vol 25, n°3/2010

OZCAGLAR-TOULOUSE N., BEJI-BECHEUR A., FOSSE-GOMEZ M-H, HERBERT. M. et ZOUAGHI S (2009) "L'ethnicité dans l'étude du consommateur : un état des recherches"
Recherche et Applications en Marketing, vol 24, n°4/2009)

FOSSE-GOMEZ M.-H. et OZCAGLAR-TOULOUSE N. (2009), Augmenter le pouvoir d'achat par l'auto-réduction : les Robins des bois des supermarchés, **Décisions Marketing**, 56, 63-73

HADJ HMIDA M., OZCAGLAR-TOULOUSE N. and FOSSE-GOMEZ M.H. (2009), Towards an understanding of media usage and acculturation, *Advances in Consumer Research*, 36, eds. A.L. McGill and S. Shavitt, Duluth, MN : *Association for Consumer Research*, 524-531.

FOSSE-GOMEZ M.-H. & N. OZCAGLAR-TOULOUSE (2008), « Towards an understanding of Consumption objectors », *European Advances in Consumer Research*, Eds. S. Borghini, M. A. McGrath, C. C. Otnes, pp.493-497

Dernières communications

SCHILL M. & M-H FOSSE-GOMEZ (2011) « Les représentations enfantines de l'entreprise : une approche par le dessin », Actes des 10^{èmes} *Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, 17-18 mars 2011.

GODEFROIT-WINKEL D. & M-H FOSSE-GOMEZ (2011) « L'acquisition de la culture globale de consommation par les femmes marocaines », Actes des 10^{èmes} *Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, 17-18 mars 2011.

GODEFROIT-WINKEL D., OZCAGLAR-TOULOUSE N. et FOSSE-GOMEZ M.-H. (2010), Acculturated in homeland: Consumer Culture in Morocco, Working paper, *EACR* London, June 30 - July 3 2010.

GENTINA, E., & FOSSE-GOMEZ, M. H (2010). Identifying adolescent peer group structure: in the search of social network methods. In A. Bradshaw, C. Hackley & P. Maclaran (Eds.), *European Advances in Consumer Research*, Vol. 9 (pp. 1-24). Provo, UT: Association for Consumer Research

FOSSE-GOMEZ M-H & F. REGANY (2009) « Effets de l'interaction entre le niveau d'acculturation et de développement sociétal sur la décision d'achat familial : application aux consommateurs d'origine marocaine vivant en France » Actes des 14^{èmes} *Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon

Ouvrages de Marketing

Les paradoxes du marketing

Coordinatrice de l'ouvrage collectif du Cercle de l'Entreprise, *éditions Eyrolles*, Paris 2011

Mercatique, notions fondamentales

Ouvrage collectif, *éditions Foucher*, Paris 1996 - Rédaction de 5 chapitres

ACTIVITES ADMINISTRATIVES & RESPONSABILITES DANS LES ETABLISSEMENTS

- Avril 2008- **Vice Présidente Conseil des Etudes et de la Vie Universitaire de Lille 2**
En charge de l'offre de formation, du Plan Réussite en Licence, de
l'innovation pédagogique
Co-animatrice de la commission mixte CS-CEVU
- Membre de la Commission Formation Tout au Long de la Vie du PRES
Lille Nord de France** et Animatrice de l'atelier « Innovations Pédagogiques »
Membre du CA du PRES Lille Nord de France
- Avril 2006-avril 2008 **Vice Présidente Conseil d'Administration** de l'Université Lille 2
En charge du suivi des moyens, de la mise en place d'un BAIP
Membre élu du CA de 2004 à 2008
- Depuis 2006 **Membre du Comité de Direction** de l'Université
- 2000-2004 **Présidente de la Commission de Spécialistes** des 5^{ème} et 6^{ème} sections de
l'Université de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis
- Avril 1998- 2000 **Membre du CEVU** de l'Université de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis
- 2002– 2005 Membre du jury puis présidente de la Commission Sciences
Commerciales du **Concours national de l'agrégation interne**
d'Economie-Gestion.
- Depuis 2001 **Membre du Conseil d'Administration** de l'Ecole Supérieure des Affaires
puis de la FFBC

Divers

- Chevalier dans l'ordre des Palmes Académiques (promotion janvier 2009)
Chevalier dans l'ordre de la Légion d'Honneur (promotion du 1^{er} janvier 2012)
- Membre du Cercle de l'Entreprise et du Management depuis 2008