



## Maître de conférences en marketing

### FORMATION

- 2018 Doctorat en Sciences de Gestion spécialité Marketing « *Conceptualisation de la traditionnalité perçue d'un produit alimentaire : une approche par les méthodes qualitatives* » Université d'Angers. Sous la direction du Professeur Gaëlle PANTIN-SOHIER et du Professeur Jean-Marc FERRANDI.
- 2013 Master 2 Métiers du Conseil et de La Recherche, IAE Nantes Université de Nantes.
- 2011 Master 2 Marketing Stratégique et Opérationnel, IGR-IAE Rennes, Université Rennes 1, France.
- 2010 Master 1 Maîtrise en Sciences de Gestion, IGR-IAE Rennes, France
- 2001 Licence en Sciences de la Communication, UNIVA — Universidad del Valle de Atemajac, Zapopan, Mexico.

### EXPÉRIENCE ACADÉMIQUE

- Depuis 2022 Maître de conférences – IAE Nantes – Nantes Université.
- 2020 - 2022 Maître de conférences – IUT Belfort-Montbéliard GACO – Université de Franche-Comté.
- 2019 – 2020 ATE – IUT Béziers TC – Université de Montpellier, Béziers.
- 2018 – 2020 Enseignant Vacataire – ESSCA École de Management, Boulogne.
- 2018 – 2019 Enseignant Vacataire – IAE Nantes, Université de Nantes.
- 2017 – 2018 ATER – Faculté de Droit, Économie et de Gestion IAE d'Angers, Université d'Angers.
- 2016 – 2017 ATER – IUT Saint-Nazaire – G LT, Université de Nantes, Saint-Nazaire.
- 2014 – 2016 Enseignant Vacataire – ESSCA École de Management, Boulogne.
  - 2014 Enseignant Vacataire – École Atlantique du Commerce, Nantes.
- 2013 – 2016 Enseignant Vacataire – IAE Nantes, Université de Nantes.

### COURS ENSEIGNÉS

- Marketing Digital
- Comportement du consommateur
- Statistiques pour la gestion
- Marketing International
- Fondamentaux de Marketing
- Négociation commerciale
- Méthodologie du mémoire

### EXPÉRIENCE NON-ACADÉMIQUE

- 2014 - 2016 Chargée de Projet et Assistante de Recherche — ESSCA School of Management, France.
- 2013 Chargée de Projet de Recherche — Institut Technologique Européen des Métiers de la Musique.

- 2011 Chargée de Projet Recherche en Muséologie — Mazedia, Saint-Herblain, France
- 2010 Chef de Produit — La Trinitaine, Saint-Philibert, France.
- 2008 Chargée de Communication — Baudet, Mouchamps, France.
- 2006 - 2008 Consultant en Digital Marketing — Decomex, Châteauroux, France.
- 2004 - 2006 Responsable Marketing et Communication — ALFABAI, Guadalajara, Mexico.
- 2002 - 2003 Chargée d'études marketing — Berumen & Asociados, Guadalajara, Mexico.
- 2001 - 2002 Responsable des médias de communication — iD Publicidad, Guadalajara, Mexico.

## PUBLICATIONS

### Articles Publiés

Gonzalez-Hemon Georgina, Ferrandi Jean-Marc, Pantin-Sohier Gaëlle, « *Conceptualisation de la traditionnalité perçue d'un produit alimentaire : une approche par des méthodes qualitatives* » (Management et Avenir [HCÉRES B ; FNEGE 3 ; CNRS 4] Avril 2022, N° 128, pages 35 à 61).

### Conférences à comité de lecture

Hochet Amandine et Gonzalez-Hemon Georgina « Rendre la mode transparente au consommateur : mais quoi montrer ? Une étude exploratoire auprès de Z's » *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)*, 19 – 20 mai 2021 – Université d'Angers, congrès à distance.

Gonzalez-Hemon Georgina, « Loss of perceived traditionality in a food product : the case of Tamale, Mexican food product » (poster), *19<sup>th</sup> International Marketing Trends Conference (IMTC)*, 16 au 18 Janvier 2020, Paris, France.

Gonzalez-Hemon Georgina, Ferrandi Jean-Marc, Pantin-Sohier Gaëlle, « Conceptualisation de la traditionnalité perçue du produit alimentaire : une approche par la Grounded Theory » *Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM)*, 15 – 17 mai 2019 – Université Le Havre Normandie, Le Havre, France.

Gonzalez-Hemon Georgina, Ferrandi Jean-Marc, Pantin-Sohier Gaëlle, « Conceptualisation de la traditionnalité perçue du produit alimentaire : une approche par la Grounded Theory » *13<sup>ème</sup> Journée du Marketing Agroalimentaire Montpellier (JMAM), Journée labélisée AFM*, 21 septembre 2018 – IAE-Université de Montpellier, Montpellier, France.

Gonzalez-Hemon Georgina, Pantin-Sohier Gaëlle, Ferrandi Jean-Marc, « The perceived traditionality of a food product: an approach by the Grounded Theory » *47<sup>th</sup> EMAC (European Marketing Academy Conference)*, 29 Mai au 1<sup>er</sup> Juin 2018 – Glasgow, Écosse.

Gonzalez-Hemon Georgina, Pantin-Sohier Gaëlle, Ferrandi Jean-Marc, « Traditionality proposition of concept » *15<sup>th</sup> International Marketing Trends Conference (IMTC)*, 21 au 23 Janvier 2016, Venise, Italie.

Gonzalez-Hemon Georgina, Pantin-Sohier Gaëlle, Ferrandi Jean-Marc, « Traditionnalité des produits alimentaires » *14<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation (JNRC)*, 26 et 27 novembre 2015 – ESSCA, Angers, France.

### Rapports Scientifiques

Bernard Yohan, Belvaux Bertrand, Gonzalez-Hemon Georgina, Notabert Jean-François « Perception du Made in France, une approche qualitative auprès des consommateurs, avril 2021 – CREGO, Université de Bourgogne Franche-Comté, France.

Bernard Yohan, Belvaux Bertrand, Gonzalez-Hemon Georgina, Notabert Jean-François « Le Made in France, résultats d'une enquête quantitative », octobre 2021 – CREGO, Université de Bourgogne Franche-Comté, France.

## AFFILIATIONS ACADÉMIQUES

### *Affiliations professionnelles*

Membre du Lemna (EA 4272)  
Membre de l'AFM (Association Française du Marketing)

### *Activités à l'international*

- Membre de « Red Internacional de Investigación y Estudios en Gastronomía » Mexique.
- Visite à l'Oniris du Professeur Pilar Fernandez Ferrin.
- Visite au laboratoire CIATEJ (Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco para la Ciencia y Tecnología del Desarrollo Sostenible).
- Visite du Laboratoire CIDEA (Centro de Investigación en Alimentación, Desarrollo y Ciencia del Consumidor).

### *Service à la profession*

- Relecteur pour l'AMA.
- Relecteur pour Congrès International de l'AFM .
- Relecteur pour colloque d'Atlas-AFM.

## CONTRAT DE RECHERCHE

Contrat de recherche CREGO - CERMAB - StartUp, Directeur du Projet Yohan Bernard IAE-Besançon, autres membres : Jean-François Notebaert, IAE- Dijon, Bertand Belvaux IAE-Dijon, Georgina Gonzalez-Hemon IUT, Belfort-Montbéliard.

## PRIX ET DISTINCTIONS

Prix de la meilleure communication Journée du Marketing Agroalimentaire Montpellier, Journée Labélisée AFM : Gonzalez-Hemon Georgina, Ferrandi Jean-Marc, Pantin-Sohier Gaëlle. « Conceptualisation de la traditionnalité perçue du produit alimentaire : une approche par la Grounded Theory » 13<sup>ème</sup> Journée du Marketing Agroalimentaire Montpellier (JMAM) 21 septembre 2018 – IAE-Université de Montpellier, Montpellier, France.