#### Angélique RODHAIN

867, avenue de l’abbé Paul Parguel

34 090 MONTPELLIER

04 67 66 20 71

06 73 40 72 99

[angelique.rodhain@umontpellier.fr](mailto:angelique.rodhain@umontpellier.fr)

##### CURRICULUM VITAE

**Résumé de la situation actuelle :**

**Maître de Conférences HDR - Sciences de Gestion**

**Recherche : Laboratoire MRM** *(Montpellier Recherche en Management), Université de Montpellier –* Co-responsable de l’axe Management Responsable

Thèmes de recherche : comportement du consommateur (enfant consommateur : relation à la marque, identité / consommateur adulte : consommation responsable, consommation alimentaire et obésité), entrepreneuriat féminin.

Production scientifique : 13 articles classés, 7 articles non classés, 11 chapitres d’ouvrage, 53 communications.

**Enseignements : IUT de Montpellier-Sète, département GEA,** *Université de Montpellier*

Enseignements : Cours de marketing, simulation de gestion (jeu d’entreprise), Méthodes et Techniques d’Enquête (en BUT et licence Ressources Humaines)

**Administratif : Cheffe de département GEA, IUT de Montpellier-Sète**

###### I. FORMATION

###### 

2018 Habilitation à Diriger des Recherche intitulée ‘La réflexivité au service de la recherche’, présentée le 12 juin à l’Université de Montpellier, laboratoire MRM. Membres du jury :

- Professeur Philippe Aurier, Coordinateur ;

- Professeur Laurent Bertrandias, Rapporteur ;

- Professeure Nathalie Commeiras, Examinatrice ;

- Professeure Pascale Ezan, Rapporteure ;

- Professeur Eric Rémy, Rapporteur ;

- Professeure Lucie Sirieix, Examinatrice.

2003 Obtention de la *Mention Très Honorable avec les félicitations du jury* pour la thèse intitulée : « Essai de compréhension de la relation entre l’enfant et la marque dans le contexte scolaire », soutenue le 5 décembre à l’Université Montpellier 2, laboratoire CREGO. Membres du jury :

- Professeur Philippe Aurier, Co-directeur ;

- Professeur Joël Brée, Rapporteur ;

- Professeur Pierre-Louis Dubois, Co-directeur ;

- Professeur Christophe Fournier, Examinateur ;

- Professeure Lucie Sirieix, Examinatrice ;

- Professeur Eric Vernette, Rapporteur.

2001-03 Lauréate du CEFAG – Promotion 2001.

1999-02 Allocataire de Recherche.

1999 DEA Sciences de Gestion, *Mention Bien,*

à l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE), Université Montpellier II.

Ce DEA a débouché sur la rédaction d'un mémoire, dirigé par Pierre-Louis Dubois, intitulé : « Exploration des impacts hypothétiques de la diffusion de communications commerciales dans les écoles ».

1997 Maîtrise de Sciences de Gestion (MSG),

à l'Institut Supérieur de l'Entreprise (ISEM), Université Montpellier I.

1995 Diplôme Universitaire Technologique en Techniques de Commercialisation

(DUT TC) à l'Institut Universitaire Technologique de Metz.

1993 Baccalauréat série D au lycée Robert Schuman à Metz.

**II. RECHERCHE**

*L’ensemble du travail de recherche depuis la thèse porte principalement sur quatre thèmes :*

*-* ***Les enfants et les marques,***

*-* ***Les écarts entre les attitudes et le comportement en termes de consommation responsable,***

*-* ***La consommation alimentaire et l’obésité,***

*-* ***Le vécu de femmes entrepreneures.***

**a) Participation à des projets de recherche :**

2021 : Obtention d’un appel à projet IRESP (120 600 €) intitulé « MIND-EAT : Mindfulness eating : adaptation of observational and interventional tools to general and vulnerable French population » (porteure de Projet : Sandrine Péneau, EREN).

2021 : Obtention d’un appel à projet - soutien à la recherche de l’Université de Montpellier (4 000€) sur le thème : « Accessibilité perçue et objective à une alimentation saine en environnement urbain : le point de vue des étudiants » (porteure de projet : Karine Garcia-Granata, UM).

2020 : Obtention d’un appel à projet - soutien à la recherche de l’Université de Montpellier (6 012 €) sur le thème : « Se nourrir en zone urbaine : une approche compréhensive de l’accessibilité perçue à une alimentation saine auprès des étudiants » (porteure de projet : Angélique Rodhain, UM).

2019 : Participation au collectif Enscol (Ensemble, Posons les bases d’une évolution des pratiques pour une restauration scolaire plus durable, animé par Nicole Darmon et Florent Vieux), dont l’objectif consiste à étudier la durabilité des menus proposés dans les cantines scolaires (dans un premier temps en comparant les valeurs nutritives de plats végétariens et végétaliens versus non-végétariens dans le cadre de la loi Egalim).

2017 : Obtention du projet MUSE sur le thème « Sortir de l’obésité par la chirurgie ? *Étude pluridisciplinaire des transformations post-opératoires de l’alimentation et des activités physiques (en France, en Suisse et en Roumanie)* (porteur du projet : Sylvain Ferez). Ce projet consiste en un support de post-doctorant (50 000 €).

2016-2018 : Obtention d’une aide de soutien à la recherche du LABEX Entreprendre (15 000 €) sur le thème « Innovation, Entrepreneurship and Corporate Social Responsability : an ICT and Gender Perspective » (porteure du projet : Florence Rodhain).

2016 : Obtention d’une aide de soutien à la recherche de l’Université de Montpellier (15 000 euros) sur le thème : « L’impact des événements de vie sur les comportements alimentaires : le cas des jeunes adultes quittant le foyer familial » (porteure de projet : Marie-Christine Lichtlé).

**b)Encadrements de thèses et jury de thèse**

- Depuis octobre 2021 : Victor Koffi Kassegne sur le thème : « leadership de genre et performance : le cas de la microfinance au Togo », en co-direction avec Sofia Belghiti-Mahut.

- Depuis novembre 2021 : Marion van Beekum sur le thème : « adaptation d’une échelle de l’alimentation consciente au contexte français et son opérationnalité dans le suivi de personnes obèses », en co-direction avec Sandrine Péneau et Antoine Avignon.

- De septembre 2011 à décembre 2016 : Garcia-Granata Karine *« Perception de la co-création par les consommateurs non co-créateurs »*, directeur de thèse : Philippe Aurier. Pour l’instant, cette thèse a fait l’objet de 5 communications et un article dans une revue classée. Karine Garcia-Granata est aujourd’hui en poste de MCF à Montpellier Management.

- De septembre 2012 à juin 2015 : Marco Mickaël, *« Etude de l’expérience de volontariat et son impact sur la responsabilité sociale des individus. Approche par le biais des récits de vie »,* directrice de thèse : Florence Rodhain. Ce travail de thèse a fait l’objet de 5 communications et d’une publication dans une revue non classée.

- Examinatrice au jury de thèse de Margot Dyen intitulée « Application des recommandations Manger Bouger et AntiGaspi : quels enseignements d’une étude holistique de l’alimentation ? Approche par les théories de pratiques » (co-dirigée par Lucie Sirieix et Sandrine Costa), printemps 2018.

**c) Liste des publications**

**Publications dans des revues classées**

1. Rodhain A., Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain F. (2020), Parenting : towards a work-life articulation model of women entrepreneurs,*Revue de l’entrepreneuriat, 3, 19,*  17-41 (classé 4 CNRS 2019 – A HCERES 2018 – 2 FNEGE 2016).
2. Lafont A.-L. et Rodhain A. (2019), Informations sur la RSE adaptée au consommateur : de sa nécessité aux conditions de son utilisation, *La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion*, 299-300, septembre-décembre, 113-124 (C HCERES 2018 – 4 FNEGE 2016).
3. Garcia-Granata K., Aurier P. et Rodhain A. (2019), Co-creating a wine : A dyadic approach to consumer experiential value and SME value creation, International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 36, 3, 274-291 (classé 4 CNRS 2019, – C HCERES 2018 – 4 FNEGE 2016).
4. Rodhain A. et Gourmelen A. (2018), Obesity: the link between stigma and perceived responsibility, *Journal of Marketing Management,* 34, 15/16, 1418-1439 (classé 3 CNRS 2015 – B HCERES 2016 – 3 FNEGE 2016).
5. Lafont A.L., Pouget J. et Rodhain A. (2017), RSE et réseau des parties prenantes : une norme informationnelle peut-elle émerger ?*,* *Revue de l’Organisation Responsable*, 12, 2, 41-55 (classé 4 CNRS 2015 – C HCERES 2016 – 4 FNEGE 2016).
6. Rodhain A., Rodhain F., Galy J. et Fallery B. (2017), TIC et/ou développement durable : le paradoxe écologique vécu par les utilisateurs, *Gérer & Comprendre*, 128, juin, 48-61 (classé 4 CNRS 2015, – B HCERES 2016 – 3 FNEGE 2016).
7. Nicolas-Hémar V. et Rodhain A. (2017), Brands as social and cultural resources in children’s peer culture, *Consumption, Market and Culture*,20, 3, 193-214(classé 3 CNRS 2015 – B HCERES 2016 – 4 FNEGE 2016).
8. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A., Rodhain F., Temri L. et Yousri O. (2016), Genre et innovateur frugal : 4 cas de femmes innovatrices, *Innovations,* 51, 3, 69-93(classé 4 CNRS 2015 – C HCERES 2015 – 4 FNEGE 2015 ; classé B HCERES 2021).
9. Rodhain A. et Aurier P. (2016), The Child-Brand Relationship: Social Interactions Matter, *Journal of Product and Brand Management* *(classé 4 CNRS 2015 – C HCERES 2015 – 4 FNEGE 2015 ; classé B HCERES 2021)*, 25, 1, 84-97.
10. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2014), Quand des femmes au sommet se racontent, *@grh* *(classé 4 FNEGE 2013, classé B HCERES depuis 2019),* 10, 1, 59-85.
11. Rodhain A. (2013), J’aimerais bien mais je peux point… exploration des écarts entre attitude et comportement en consommation alternative, *Revue Management & Avenir,* n°61, 50-69 *(classé 4 CNRS 2011 – C AERES 2012 – 4 FNEGE 2013 ; classé B HCERES 2018).*
12. Rodhain F. et Rodhain A. (2012), Pour une éthique des sciences du management : formation à la connaissance de soi, *La Revue des Sciences de Gestion*, Cahier Spécial Gérer autrement dirigé par S. Chevrier, 253, janvier-février, 43-50 *(classé 4 CNRS 2011 – C AERES 2012).*
13. Rodhain A. (2006), Brands and the Identification of Children, *Advances in Consumer Research*, Pechmann and Price Editors, 23, 549-555 *(classé 2 étoiles CNRS 2004).*

Publications en cours de reviewing :

Gourmelen A., Rodhain A. et Masson J. « Segmenter les étudiants sur la base de leur équilibre alimentaire et leurs compétences culinaires pour un meilleur accompagnement  sur les campus », Décisons Marketing, 4ème soumission envoyée en avril 2022.

Lafont A-L., Belghiti S., Rodhain A. et Rodhain F. « Female entrepreneurs : what role do parents play during childhood ? », International Journal of Gender & Entrepreneurship, 1ère soumission envoyée en mai 2022.

***Publications dans des revues non classées***

1. Rodhain A. et Fargier A. (2020), Le choix du collège : vers un empowerment de la famille ?, Carnets de Consommation, 4. http://carnetsdeconso.com/papier/le-choix-du-college-vers-un-empowerment-de-la-famille/
2. Belghiti-Mahut S., Lafont A.-L., Rodhain A. et Rodhain F. (2020), Women’s entrepreneurial narrative : making sense of the partner’s role, *International Journal of Sustainable Society*, 12,1, 19-35.
3. Marcellini A., Perera E., Rodhain A. et Férez S. (2016), Rapport au corps et engagement dans les activités physiques chez les personnes touchées par l’obésité, *Santé Publique*, 28, 1, Supplément janvier-février, S1- S9.
4. Rodhain A., Dercourt V. et Dehling A. (2016) La réflexivité du chercheur en comportement du consommateur : une attitude responsable, *Revue Recherches Qualitatives, collection Hors Série « Les actes », 18, http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors\_serie/HS-20/rq-hs-20-rodhain-et-al.pdf*
5. Marco M., Rodhain F. and Rodhain A. (2013), Can Volunteerism be the Unexpressed Demonstration of a Powerful Spiritual Practice Manifested in an Effective Social and Economical Activity?,  *International Journal of Spirituality and Organizational Leadership,*1, 2, july, 73-92.
6. Aurier P. et Rodhain A. (2006), Stratégies de marque des entreprises agroalimentaires dans le Languedoc Roussillon, Programme PSDR 2001-2006, dynamique des entreprises agroalimentaires du Languedoc Roussillon : évolution 1998-2003, UMR Moïsa, Cahiers de Recherche 03-2006, mars 2006.
7. Rodhain A. (2002), In-School Marketing in France: The Teachers’ Perspective, *International Journal of Marketing and Advertising to Children* (ancien nom de *Young Consumer*), 4, 1, 39-45.

***Publications dans des ouvrages de recherche***

1. Charry K., Hémar-Nicolas V. et Rodhain A. (2021), Pour un marketing responsable à destination des enfants, dans Kids Marketing 3ème édition, ouvrage coordonné par Joël Brée, Ems Éditions, Collection Consommation des 0/25 ans, 89-120.
2. Muratore I. et Rodhain A. (2016), Génération(s) Pierre-Louis Dubois, in *Pierre-Louis Dubois, la passion du monde de la recherche,* sous la direction de V. Des Garets et C. Fournier, Economica, 15-24. Ouvrage labellisé par le collège de la FNEGE comme « Ouvrage de recherche collective ».
3. Belghiti-Mahut S., Lafont A.-L., Rodhain A. et Rodhain F. (2016), Devenir une femme leader : quand les femmes au sommet se racontent, in *Le leadership : recherches et pratiques*, sous la direction de Florence Noguéra et Jean-Michel Plane, Editions Vuibert, 77-86.
4. Rodhain A., Séré de Lanauze G. et Siadou-Martin B. (2014), Pour une vision marketing des mécanismes de marché en jeu dans le phénomène de l’obésité, *dans Regards croisés sur l’obésité,* ouvrage coordonné par V. Fortier et A. Marcellini,Editions Hospitalières, 61-88.
5. Charry K., Pecheux C., Kindt M. et Rodhain A. (2012), L’élargissement du marketing à destination des enfants : le marketing social et le marketing des arts et de la culture, dans *Kids Marketing*, ouvrage coordonné par J. Brée, EMS Editions, 449-488.
6. Nicolas-Hémar V. et Rodhain A. (2012), Pour un kids marketing responsable !!!, dans *Kids Marketing 2ème édition*, ouvrage coordonné par J. Brée, EMS Editions, 71-115.
7. Rodhain A. (2008), L’observation directe, dans *A la recherche du consommateur, de nouvelles techniques pour étudier les clients*, ouvrage coordonné par D. Dion, Dunod, chapitre 1, 5-27. Ouvrage ayant reçu le prix de l’Académie des Sciences commerciales du meilleur ouvrage en marketing 2008.
8. Rodhain A. (2008), En France, la publicité est interdite dans l’enceinte de l’école, dans *Petit bréviaire des idées reçues en management*, ouvrage coordonné par A. Pezet et S. Sponem, La Découverte, collection « Cahiers libres », chapitre 27, 268-276.
9. Rodhain A. (2007), L’enfant, cible marketing, quelles limites ?, dans *Kids Marketing*, ouvrage coordonné par J. Brée, EMS Editions, 41-82.
10. Rodhain A. (2002), Le marketing élargi à la sphère sociale, ouvrage collectif coordonné par E. Remy, I. Garabuau-Moussaoui, D. Desjeux et M. Filser, Dossiers « Société, consommation et consommateurs », L’Harmattan, p.29-39.
11. Rodhain A. (2002), L’école et la socialisation de l’enfant consommateur, *Sciences de Gestion et Pratique Managériale*, Réseau des IAE, Economica, 431- 439.

***Actes de colloques scientifiques à comité de lecture***

1. Rodhain A., Garcia-Granata K., Gourmelen A., et Masson J. (2022), Objective and perceived accessibility to healthy food: What about the urban European context?, *5th European Social Marketing Conference*, 22-24 juin, Thessaloniki, Grèce.
2. Gourmelen A., Rodhain A., et Masson J. (2022), Promoting healthy food practices : can students speak to students?, *5th European Social Marketing Conference*, 22-24 juin, Thessaloniki, Grèce.
3. Garcia-Granata K., Gourmelen A., Rodhain A. et Masson J. (2021), S’alimenter en ville et étant étudiant : le rôle du quartier d’habitation, 16ème Congrès du RIODD, Montpellier, 29 septembre-1er octobre.
4. Rodhain A., Gourmelen A. et Beldame Y. (2020), De l’empowerment à l’engagement du patient : cas de la chirurgie de l’obésité, *19ème Journées Normandes de Recherche sur la Consommation,* 19-20 novembre,Caen.
5. Gourmelen A., Rodhain A., Garcia K., Masson J. et Salleras J. (2020), Le concept d’accessibilité alimentaire perçu : le point de vue des étudiants décohabitant, *19ème Journées Normandes de Recherche sur la Consommation,* 19-20 novembre,Caen.
6. Garcia K., Rodhain A., Masson J. et Gourmelen A. (2020), L’accessibilité objective et perçue à l’alimentation saine : une revue de la littérature pour une adaptation à un contexte français, 23ème *Colloque Ethienne Thil,* 15-16 octobre, Paris.
7. Rodhain A. et Gourmelen A. (2020), Understanding Obese Patients’ Engagement by Their Empowderment Level: the Case of Bariatric Surgery, *Advances in Consumer Research Conference*, Paris, France, 1- 4 oct.
8. Gourmelen A., Rodhain A., Masson J. et Garcia K. (2020), Promouvoir des pratiques alimentaires saines : des étudiants pour parler aux étudiants ?, *15ème Journées du Marketing Agroalimentaire de Montpellier*, 25 septembre.
9. Garcia K., Aurier P. et Rodhain A. (2020), Impact de la co-création sur la valeur d’un nouveau produit alimentaire, *Actes du 36ème Congrès de l’AFM*, Biarritz, mai.
10. Gourmelen A., Rodhain A. et Masson J. (2019), Les étudiants mangent-ils tous mal? Une typologie basée sur la pratique culinaire et l'équilibre alimentaire, *14ème Journées du Marketing Agroalimentaire de Montpellier*, 20 septembre.
11. Gourmelen A., Rodhain A. et Masson J. (2019), Comportement alimentaire des étudiants. Effet de la décohabitation expliqué par la théorie du parcours de vie, Actes du *35ème Congrès de l'AFM*, Le Havre, 15-17 mai.
12. Rodhain A. et Fagier A. (2018), Le choix du collège : vers un empowerment de la famille ?, *17ème Journées Normandes de la Consommation*, 22-23 novembre, Rouen.
13. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2018), Exploring the role of spouses in career strategies of female entrepreneurs: a qualitative study, *4th International Conference on Emerging Research Paradigms in Business and Social Sciences, (ERPBSS)*, Dubaï, Emirats Arabes Unis, 16-18 janvier. Prix du Meilleur Papier.
14. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2017), Exploring the role of spouse on female entrepreneurship : a qualitative study in France, *International Critical Management Studies*, Liverpool, UK, july 3-5.
15. Gourmelen A. et Rodhain A. (2017), L’image de l’obésité et du surpoids en France: que disent les médias? Le cas de la presse écrite, *33ème Congrès de l’AFM*, Tours, 17-19 mai.
16. Rodhain A. et Gourmelen A. (2016), Regards croisés sur les responsabilités de l’obésité : de la personne obèse aux jeunes sans problème de poids, *15èmes Journées Normandes de la Consommation*, Caen, 24-25 novembre.
17. Gourmelen A. et Rodhain A. (2016), Equilibres et déséquilibres dans l’alimentation des jeunes étudiants : proposition d’un modèle conceptuel, *12ème Journée du Marketing Agroalimentaire,* Montpellier, 23 septembre.
18. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2016), French women entrepreneurs: How do they perceive their work-life conciliation?**,** *9th Equality Diversity Inclusion Conference*, Nicosia, Cyprus, june 22-24.
19. Gourmelen A. et Rodhain A. (2016), Comportement alimentaire du jeune adulte : une compréhension par la théorie du parcours de vie, *32ème Congrès de l’AFM*, Lyon, 18-20 mai.
20. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2016), La parentalité : un frein ou un tremplin à la création d’entreprise par les femmes ?,*Workshop - La parentalité en entrepreneuriat, une dimension oubliée ?*, Académie de l’Entrepreneuriat et de l’Innovation, Grenoble, 7 avril.
21. Garcia-Granata K., Aurier P. et Rodhain A. (2016), Co-creating a wine : A matter of innovation and relation, *1st International Workshop on Innovations in Wine Business*, 21-22 janvier, Montpellier.
22. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2015), Perception de l’articulation entre la vie privée et la vie professionnelle des femmes entrepreneures, *Actes du Congrès de l’AGRH*, Montpellier, 5-6 novembre.
23. Rodhain A., Dercourt V. et Dehling A. (2015), La réflexivité du chercheur en comportement du consommateur : une attitude responsable, *Actes du 5ème colloque du Réseau International Francophone de Recherche Qualitative*, Montpellier, juin.
24. Marco M., Rodhain F. et Rodhain A. (2014), Volontariat : le lien entre expérience volontaire et la construction de sens dans l’organisation, *Actes de la Journée de Recherche* *I.P&M (Institut Psychanalyse et Management) ESDES,* Lyon, France, 20 novembre.
25. Marco M., Rodhain F. et Rodhain A. (2014), Volontariat à Auroville, Inde : l’étude d’une expérience à taille humaine d’une économie fondée sur le volontariat, *Actes du 9ème Congrès RIODD (Réseau International de Recherche sur les organisations et le Développement Durable)*, Bordeaux, 1-3 octobre.
26. Nicolas-Hémar V. et Rodhain A. (2014), Hey girls, let’s play we are in a restaurant. Let’s imagine we’re at Mac Donald’s… Brands as social and cultural resources in children’s peer culture, *Brands and Brand Relationship Conference*, Boston, USA, may 19-21.
27. Rodhain A., Dercourt V. et Dehling A. (2014), Researchers’ reflexivity as a responsible attitude, *Standing Conference for Management and Organizational Inquiry*, Philadelphia, USA, april 10-12.
28. Marco M., Rodhain F. and Rodhain A. (2014), Can volunteerism be performing alternative to capitalism manifested in an effective social and economical activity?, *Proceedings of the 5th LAEMOS Conference*, La Havane, Cuba, april 2-5.
29. Garcia-Granata K., Aurier P. et Rodhain A. (2013), Un autre regard sur la co-création : effets des produits co-créés par des consommateurs pour des consommateurs, *Actes des 12èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation,* Caen, 28-29 novembre.
30. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2013), Femmes au sommet et leadership, *Journée thématique de l’AGRH leadership : enjeux et mutations*, Montpellier, 5 juillet.
31. Garcia-Granata K., Aurier P. et Rodhain A. (2013), Yes they can : when consumers co-create a wine, *7th Academy for Wine Business Conference*, Ste Catharines, Canada, June 12-15.
32. Garcia-Granata K., Aurier P. et Rodhain A. (2013), Co-créer un vin, c’est désormais possible, *Actes du 29ème Congrès de l’AFM*, La Rochelle, 13-15 mai.
33. Lafont A.L. et Rodhain A. (2013), Vers une uniformisation de la communication RSE à l’égard des actionnaires et des consommateurs, *Congrès CSEAR*, Montpellier, 2-3 mai.
34. Rodhain A., Rodhain F., Galy J. et Fallery B. (2013), TIC et développement durable : le paradoxe écologique, *Actes de la 2ème JRSIDD de l’AIM*, La Rochelle, avril.
35. Marco M., Rodhain F. and Rodhain A. (2013), Volunteerism as a tool for Entrepreneurship and Education through a socio-economical activity in the context of the International Township Project of Auroville, *Proceedings of the Tenth Biennial Conference on Entrepreneurship*, Ahmedabad, Gujarat, India, February 20-22.
36. Marco M., Rodhain F. and Rodhain A. (2013), Auroville: a case study for Volunteerism?, *Proceedings of 4th International Conference on Integrating Spirituality and Organizational Leadership (ISOL),* Bhubaneswar, India, January 10-12.
37. Rodhain A. et Nicolas-Hémar V. (2012), La marque, ressource sociale et culturelle des enfants, *Actes des 11èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Deauville, 22-23 novembre 2012.
38. Belghiti-Mahut S., Lafont A.L., Rodhain A. et Rodhain F. (2012), Devenir une femme leader : quand quatre femmes au sommet se racontent, *8èmes Rencontres internationales Diversité,* Mazagan, Maroc, 28-29 septembre.
39. Rodhain A., Galy J., Fallery B. et Rodhain F. (2012), Ce que je sais, ce que je fais, ce que je voudrais…Conscience écologique et conscience informatique, *17ème Congrès de l’AIM,* Bordeaux, 22-23 mai.
40. Lafont A.L. et Rodhain A. (2012), Représentation de la RSE par le consommateur : quels sont les jeux de pouvoir et les marges de manœuvre des acteurs concernés ?, *11th International Marketing Trend Conference,* Venise, 19-21 janvier.
41. Rodhain F. et Rodhain A. (2011), Pour une éthique des sciences du management : formation à la connaissance de soi, *Journée du L@REM « gérer autrement »,* Université D’Evry Val d’Essonne, 24 juin.
42. Lafont A.L. et Rodhain A. (2011), La Responsabilité Sociale des Entreprises : les consommateurs face au défi de l’évaluation, *VIIIème Congrès International de l’ADERSE*, Paris Descartes – Paris I Panthéon-Sorbonne, 24-25 mars.
43. Rodhain A. (2010), Pourquoi les consommateurs résistent-ils à la consommation dans les actes ? Une compréhension par la théorie de la neutralisation, *Actes des 9èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation,* Rouen, 25-26 mars.
44. Rodhain A. (2008), Consommation alimentaire alternative : perception et comportement des enseignants-chercheurs en gestion, *Actes du 24ème Congrès de l’Association Française du Marketing*, Paris 12, 15-16 mai.
45. Rodhain A. (2005), Brands and the Identification of Children, *Conference of the Advances in Consumer Research,* San Antonio, USA, 29 sept – 2 oct.
46. Rodhain A., Rodhain F. et Llena C. (2005), Bio, terroir, relation directe : le marché paysan de Millau comme offre alternative originale, *Journée thématique AFM agroalimentaire*, Université Montpellier II, 9 septembre.
47. Rodhain A. (2005), Récit et critique d’une expérience de recherche inductive, *Actes du 21ème Congrès de l’Association Française du Marketing,* Nancy, 19 et 20 mai.
48. Rodhain A. (2004), The impact of Sponsored Educational Materials (SEMs) on children’ attitude towards the brand, *European Marketing Academy Conference*, Murcia, Espagne, 18-21 mai.
49. Rodhain A. (2004), La place des marques dans le processus d’identification de l’enfant de 10-11 ans, *Actes du 20ème Congrès de l’Association Française du Marketing*, St Malo, 6-7 mai 2004.
50. Rodhain A. (2002), L’enfant peut-il nouer une relation avec une marque comme avec une personne ?, *1ère Journée thématique AFM sur Les Marques*, 12 décembre.
51. Rodhain A. (2002), L’école et la socialisation de l’enfant consommateur, *XVIèmes Journées des IAE*, Paris, 11-13 septembre.
52. Rodhain A. (2002), Le marketing élargi à la sphère sociale, *1ères Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, colloque « Société et Consommation », Rouen, 26-27 mars.
53. Rodhain A. (2001), The Study of a new phenomenon: In-School Marketing, *IV Forum Internacional sobre « Las Ciencias, las Técnicas y el Arte Aplicadas al Marketing »*, Madrid, Espagne, 28-30 novembre.

***Publications professionnelles***

1. Rodhain A. (2004), L’utilisation des documents pédagogiques sponsorisés à l’école, *INC Hebdo*, n°1319, 8-4 novembre 2004, 6-7.
2. Rodhain A. (2000), Les actions des entreprises à l’école : état de la recherche, Marketing et Enfance, Actes du séminaire Institut National de la Consommation – Education Nationale, du 12 au 14 octobre 2000, Montpellier, 35-38.

**III. ENSEIGNEMENTS**

Depuis sept Maître de Conférences à l’IUT de Montpellier (département GEA, bac+1 à 3) :

2016 - marketing (marketing stratégique, opérationnel, cas de marketing), en partie dispensés en anglais ;

- jeu d’entreprise ;

- conception et méthodes d’enquête ;

- suivis de projets de création d’entreprise, de stage et de mémoire L3 Dueti.

De 2005 Maître de Conférences à l’IUT de Béziers, (département TC) :

à 2016 - Marketing (marketing opérationnel et stratégique, marketing direct),

- jeux d’entreprise (KIWI en français et MARKOPS en anglais),

- Projet Personnel Professionnel,

- Etudes et Recherches Commerciales,

- Suivi de projets étudiants, de stages en entreprise et de mémoires de L3 dueti.

2015/16 Enseignements de méthodologie de la recherche en M2 Sciences des Organisations et des Institutions, Université Paul Valéry. *23 heures TD.*

2010 Enseignements d'épistémologie et méthodologie de recherche en M2 Chargé d'Affaires à l'International à l'IAE de Montpellier. *12 heures CM*.

2003/04 ATER à Polytech’Montpellier, Université Montpellier II :

- cours de marketing en 1ère année de la filière alimentaire et mécanique,

- TD de jeu d’entreprise en 2ème année de la filière alimentaire. *96 heures.*

2002/03 ATER à l’ISEM, Université Montpellier I :

- cours de marketing opérationnel en Licence et Maîtrise Force de Vente en apprentissage (option Agroalimentaire). *96 heures.*

1999 à Moniteure dans le département Informatique de l’IUT de Montpellier.

2002 - cours de comptabilité générale et gestion. *64 heures/an.*

***Participation à des ouvrages pédagogiques :***

Garcia-Granata K. et Rodhain A. (2014), « Conception et méthodes d’enquêtes », dans DUT GEA 1ère année, coordonné par Marquès P. et Granata J., Dunod, 308-321.

Garcia-Granata K. et Rodhain A. (2015), « Etudes et Recherches Commerciales 1 » et « Etudes et Recherches Commerciales 2 », dans DUT TC 1ère année, coordonné par Marquès P. et Granata J., Dunod, 112-135 et 325-357.

***Actes de colloques pédagogiques :***

Rodhain A., Rodhain F. et Ruiz M. (2006), « *Les simulateurs de gestion : des outils d’enseignement universels* ? », 5èmes Rencontres Europe-Amérique Latine sur la coopération et la formation technologique et professionnelle, Sainte Lucie, Martinique, 5-10 nov 2006.

Caye C., Rodhain A. et Ruiz M. (2008), « *Mobilité étudiante : pour un apprentissage de l’interculturalité* », 6èmes Rencontres Europe-Amérique Latine sur la coopération et la formation technologique et professionnelle, Vina del Mar, Chili, 3-7 nov 2008.

**IV. RESPONSABILITES ADMINISTRATIVES ET ANIMATION DE LA RECHERCHE**

***a) Dans la composante d’enseignement :***

- depuis septembre 2020 : **Cheffe de département GEA** de l’IUT de Montpellier-Sète.

- de septembre 2016 à septembre 2019 : Directrice d’études 1ère année GEA de l’IUT de Montpellier-Sète.

- de février à août 2016 : responsable des stages DUT TC 1ère année.

- de février 2008 à septembre 2008 puis de septembre 2011 à décembre 2013 : responsable des Relations Internationales de l’IUT de Béziers et du DUETI.

- de janvier 2007 à septembre 2009 : **Cheffe du département TC** de l’IUT de Béziers.

- de septembre 2005 à janvier 2007 : Directrice des études 1ère année Techniques de Commercialisation de l’IUT de Béziers.

***b) Dans le laboratoire de recherche* :**

*Représentation :*

- Membre élue au conseil du laboratoire MRM (depuis mars 2022) ;

- Membre élue au Conseil Scientifique du laboratoire MRM (de 2010 à 2012) ;

- Membre élue au bureau du laboratoire CR2M (de 2008 à 2012) ;

- Membre élue au Comité de Direction du Pôle de Formation Recherche SHS de l’université Montpellier 2 (de 2007 à 2013) puis au CTE (depuis 2013).

*Responsabilités :*

- Co-responsable de l’axe Management Responsable du laboratoire MRM (depuis mars 2022) ;

- Co-responsable du groupe de recherche marketing du laboratoire MRM (d’octobre 2017 à février 2019) ;

- Responsable des Relations Internationales de MRM (de 2013 à 2015).

*Organisations de congrès :*

- Membre du comité d’organisation du colloque RGCS à Montpellier (janvier 2022) ;

- Membre du Comité d’organisation de l’AFM à Montpellier (mai 2014) ;

- Membre du Comité d’organisation des journées AFM agroalimentaires à Montpellier (en septembre, de 2005 à 2013) ;

- Membre du Comité d’organisation de la journée AIMS « Les stratégies collectives : vers de nouvelles formes de concurrence » à Montpellier en 2004.

*Évaluation d’articles :*

- Évaluatrice occasionnelle pour les revues *Recherche et Application en Marketing* (RAM), *Décisions Marketing* (DM), *La Revue des Sciences de Gestion* (RSG), *Journal of Product and Brand Management* (JPBM), *Journal of Marketing Management* (JMM) ;

- Évaluatrice pour les Congrès de l’AFM, Journées thématiques AFM sur l’agroalimentaire et les journées des IAE.

*Recrutements* :

MCF :

- Présidente de deux comités de sélection : 2011 et 2012 (IUT de Béziers) ;

- Vice-présidente pour deux comités de sélection en 2021 et 2022 (IUT de Montpellier-Sète).

PRAG ou ATE :

- Présidente de deux comités de recrutement de PRAG en 2012 (IUT de Béziers) ;

- Présidente de quatre comités de recrutement d’ATE en 2021 (IUT de Montpellier-Sète) ;

- Présidente de deux comités de recrutement de PRAG en 2021 (IUT de Montpellier-Sète).

**V. INTERNATIONAL**

Du 15/09/97 au 30/08/98Florida State University (FSU), Tallahassee (*Floride*, Etats-Unis),

Séjour de recherche indépendant.

Du 18/09 au 31/10/01 Harvard Business School, Boston (Massachusetts, Etats-Unis). Séjour de recherche, invitée par Susan Fournier (financé par le CEFAG).

- Anglais très bon niveau (niveau C1).

- Espagnol bon niveau (niveau B2).