

Dano Florence
Associate Professor

Aix Marseille Graduate School of Management - IAE
Chemin de la Quille-Puyricard
13089 Aix-en-Provence Cedex 2, France

E.mail : florence.dano@iae-aix.com



BIOGRAPHY

5 à 10 lignes de description générales

EDUCATION

1989-1992 : Assistant lecturer, AER at the Paris Dauphine University.

1992-1996 : Senior lecturer at Euromed School of Management, Marseille.

Since 1996, Senior lecturer at the IAE Aix-en-Provence, Graduate School of Management (Aix Marseille University), France

Language	Read	Speak	Written
FRENCH	X	X	X
ENGLISH	X	X	X

ACADEMIC ACTIVITIES

Courses currently given at Aix Marseille Graduate School of Management – IAE

- Market research
- Brand Management
- Consumer Behavior
- Strategic Marketing, Markstrat game Corporate related academic missions :
- Since 2010, Pedagogical director of the MSc in Spécialized Management 's first year.

Past academic positions (optional)

SCIENTIFIC ACTIVITIES

Member of PhD juries (2)

Occasional reviewer since 1998 and the three best French marketing journals "Recherche et - Applications en Marketing", "Decisions Marketing" and "Revue Française du marketing".

Research Awards and Distinctions

- Dano F. (1994) « Contribution de la sémiotique à l'étude des attentes et représentations des consommateurs à l'égard des packagings ». PhD awarded with a "Very Honorable » Distinction, unanimous congratulations of the Jury and encouragements to publish.
Director : Christian Pinson, Professor at the INSEAD and Paris Dauphine University

Books

Barreaux J., Camelis C, Dano F, Eiglier P. Goudarzi K., Guerin A, Llosa S. sous la direction de Pierre Eiglier (2010), La Logique Services, Marketing et Stratégies ed Economica (ISBN :2717858571)

Articles in refereed journals

- Camelis C. Dano F., Goudarzi K., Hamon V. et Llosa S. (2013), Le role des co-clients et leurs mécanismes d'influence sur la satisfaction globale durant une expérience de service Recherche et Applications en Marketing, vol 28, 1-24.
- Dano F., Llosa S., Orsingher C. (2006). Words, Words, mere words ? An analysis of customers evaluations of services Quality Management Journal, vol 13, issue 2, 46-53 5.
- Dano F., Hamon V., Llosa S. (2004) La qualité des études qualitatives : Principes et pratiques Décisions Marketing , n°36, 11-26 6.
- Dano F, Roux E. et Nyeck S. (2004), Analisi comparata dei consumatori e delle marche nella cosmetica maschile, (en collaboration avec Roux E & Nyeck S Dano F) Micro & Macro Marketing, n°3, Dicembre.
- Dano F, Roux E. et Nyeck S. (2003), Les hommes, l'apparence et les cosmétiques : approche sociosémiotique, Décisions Marketing, Janvier-Mars.
- Dano F. (1998), Contribution de la sémiotique à la conception des conditionnements, Recherche et Applications en Marketing, vol 13, n°2. (EAN13 : 9782706107979)
- Dano F. (1998), Les associations valorisées par les consommateurs : une approche perceptuelle du capital marque, avec Sophie Changeur, Actes du Congrès de l'Association Française du Marketing, Bordeaux, mai.
- Chandon J-L et Dano F. (1997), Analyses typologiques confirmatoires, évaluation d'une partition sémiotique hypothétique, Recherche et Applications en Marketing, vol 12, n°2. (EAN13 : 9782706107448)
- Dano F. (1996), Packaging : une approche sémiotique, Recherche et Applications en Marketing, vol 11, n°1. (EAN13 : 9786000011086)

Refereed Proceedings Conference Papers

- Camelis C, Dano F. & Hamon V. (2012) The influence of other customers on satisfaction towards t International, Accepté au "12ème International Research Conferences in Services Management", La l Maures.
- Camelis C, Dano F., Hamon V. & Llosa S. (2011) How other customers influence client satisfaction during the service delivery 2011 Academy of Marketing Science World Marketing Congress (WMC) Reims Management School, Reims, Champagne, France. 19 - 23 juillet.
- Goudarzi K., Camelis C, Dano F. & Llosa S. (2011), How other customers influence client satisfaction during service delivery, The Naples forum on services, Capri, Italy, June 14 - June 17
- Camelis C, Dano F., Goudarzi K., Hamon V. & Llosa S. (2011) « Et les autres clients alors? Quels rôles jouent-ils dans la satisfaction des consommateurs pendant l'expérience de service? » 27ème Congrès international de l'Association Française de Marketing , Bruxelles, mai
- Hamon V. & Dano F. (2005), Tourisme durable et quête d'authenticité : l'anthropologie au service du marketing, Journée AFM Recherche en Marketing des activités touristiques et de loisir, Chambéry le 10 juin.
- Dano F., R.Roux & E. Tissier-Desbordes (2005), De l'école au collège : Évolution des interactions mère-fille dans le cadre de décisions d'achat, 4th European Marketing Trends Congress – Paris, Janvier.
- Dano F., Roux.E & Nyeck S. (2003), Analyse comparée des discours des consommateurs et des marques de cosmétiques pour hommes, Actes du « 3ème Congresso « Tendenza del Marketing », Venise, 28-29 novembre.
- Dano F, Llosa S. & Orsingher C. (2003), Words mere words ? An analysis of services customers' perception of evaluative concepts, AMA Servsig Service Research Conference, Reims, 12-14 juin.
- Dano F., Llosa S. & Orsingher C. (2003), Evaluer un service : les mots pour le dire, Actes du XIIème congrès de l'Association Française du marketing, Gammarth Tunis, mai.
- Dano F. & Eiglier P. (2002), Marque de service : spécificités et enjeux, Actes des journées AFM sur la marque, 12 décembre.
- Dano F. (1999), Du système de valeur au produit : contribution de la sémiotique au développement marketing du produit, 2ème Colloque « Les métiers de la sémiotique II : les objets au quotidien », CeReS, Université de Limoges, 28 et 29 Mai.

- Changeur S. & Dano F. (1998), Les associations valorisées par les consommateurs : une approche perceptuelle du capital marque (en coll. avec Sophie Changeur), Actes du 14ème Congrès de l'Association Française du Marketing, Bordeaux, Mai. 24. Dano F. (1998), Contribution de la sémiotique à la conception des packagings, Actes des 14èmes Journées Nationales des IAE, Nantes, Avril.
- Changeur S. & Dano F. (1996), Aux sources du capital-marque : le concept d'associations de la marque, Actes du 12ème Congrès de l'Association Française du Marketing, Poitiers, Mai.
- Dano F. (1995), A Semiotic model for interpreting the underlying system structuring consumers' representations toward packaging, Proceeding of the International Research Seminar on Marketing Communication and Consumer Behavior, La Londe les Maures, Juin.
- Chandon J.L & Dano F. (1995), Analyses typologiques confirmatoires, évaluation d'une partition sémiotique hypothétique, Actes du 11ème Congrès de l'Association Française du Marketing, Reims, Mai.
- Dano F. (1993), Attentes et représentations des consommateurs à l'égard des packagings, Actes du 1er Colloque Jeunes Chercheurs, CERIAM – Université de Savoie, Méribel, Février.

IMPACTS & OTHERS

Vous pouvez regrouper ici vos impacts sur votre écosystème (impact sur les étudiants, sur le monde académique, sur le monde professionnel et la société).