

CURRICULUM VITAE

DANO Florence
Date of birth: May 6, 1965

Aix Marseille GSM - IAE
Chemin de la Quille-Puyricard
13089 Aix-en-Provence Cedex 2

EDUCATION

- 1998: Accredited Research Supervisor, Aix Marseille GSM - IAE, (Université Paul Cézanne Aix Marseille III), France
- 1994: PhD in Management Science, Université Paris Dauphine, France
- 1989. DEA Stratégie et Marketing, Université Paris Dauphine. France

Foreign languages (mentioned with an X)

Language	Read	Spoken	Written
English	x	X	x

ACADEMIC ACTIVITIES

Courses given currently at Aix Marseille GSM - 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.

SCIENTIFIC ACTIVITIES & OTHER

- 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".

CURSUS(prior to joining Aix Marseille GSM - IAE)

- 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

RESEARCH AND PUBLICATIONS

Research Awards and Distinctions

1. 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

2. 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

3. Camelis C. Dano F., Goudarzi K., Hamon V. et Llosa S. (2013), Le rôle 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.
4. 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.
7. Dano F, Roux E. et Nyeck S. (2003), Les hommes, l'apparence et les cosmétiques : approche socio-sémiotique, *Décisions Marketing*, Janvier-Mars.
8. Dano F. (1998), Contribution de la sémiotique à la conception des conditionnements, *Recherche et Applications en Marketing*, vol 13, n°2. (EAN13 : 9782706107979)
9. 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.
10. 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)
11. Dano F. (1996), Packaging : une approche sémiotique, *Recherche et Applications en Marketing*, vol 11, n°1. (EAN13 : 9786000011086)

Refereed Proceedings Conference Papers

12. 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 Maures.
13. 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.
14. 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
15. 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
16. 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.
17. 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.
18. Dano F., Roux.E & Nyeck S. (2003), Analyse comparée des discours des consommateurs et des marques de cosmétiques pour hommes, Actes du « 3^{ème} Congresso « Tendenza del Marketing », Venise, 28-29 novembre.
19. 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.
20. Dano F., Llosa S. & Orsingher C. (2003), Evaluer un service : les mots pour le dire, Actes du XIIIème congrès de l'Association Française du marketing, Gammarth Tunis, mai.
21. Dano F. & Eiglier P. (2002), Marque de service : spécificités et enjeux, Actes des journées AFM sur la marque, 12 décembre.
22. Dano F. (1999), Du système de valeur au produit : contribution de la sémiotique au développement

- marketing du produit, *2^{ème} Colloque « Les métiers de la sémiotique II : les objets au quotidien »*, CeReS, Université de Limoges, 28 et 29 Mai.
23. Changeur S. & Dano F. (1998), Les associations valorisées par les consommateurs : une approche perceptuelle du capital marque (en coll. avec Sophie Changeur), *Actes du 14^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Bordeaux, Mai.
 24. Dano F. (1998), Contribution de la sémiotique à la conception des packagings, *Actes des 14^{èmes} Journées Nationales des IAE*, Nantes, Avril.
 25. Changeur S. & Dano F. (1996), Aux sources du capital-marque : le concept d'associations de la marque, *Actes du 12^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Poitiers, Mai.
 26. 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.
 27. Chandon J.L & Dano F. (1995), Analyses typologiques confirmatoires, évaluation d'une partition sémiotique hypothétique, *Actes du 11^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing*, Reims, Mai.
 28. Dano F. (1993), Attentes et représentations des consommateurs à l'égard des packagings, *Actes du 1^{er} Colloque Jeunes Chercheurs*, CERIAM – Université de Savoie, Méribel, Février.