



Cécile BOZZO



cecile.bozzo@univ-amu.fr



www.univ-amu.fr / www.iae-aix.univ-amu.fr

FONCTIONS

Aix Marseille Université

Vice Présidente déléguée au développement de la formation à l'international

Alliance CIVIS

Coordinatrice de la Transversal Task Force on Education

IAE Aix Marseille

Vice doyenne formation

Membre du comité de direction

Membre du conseil d'institut

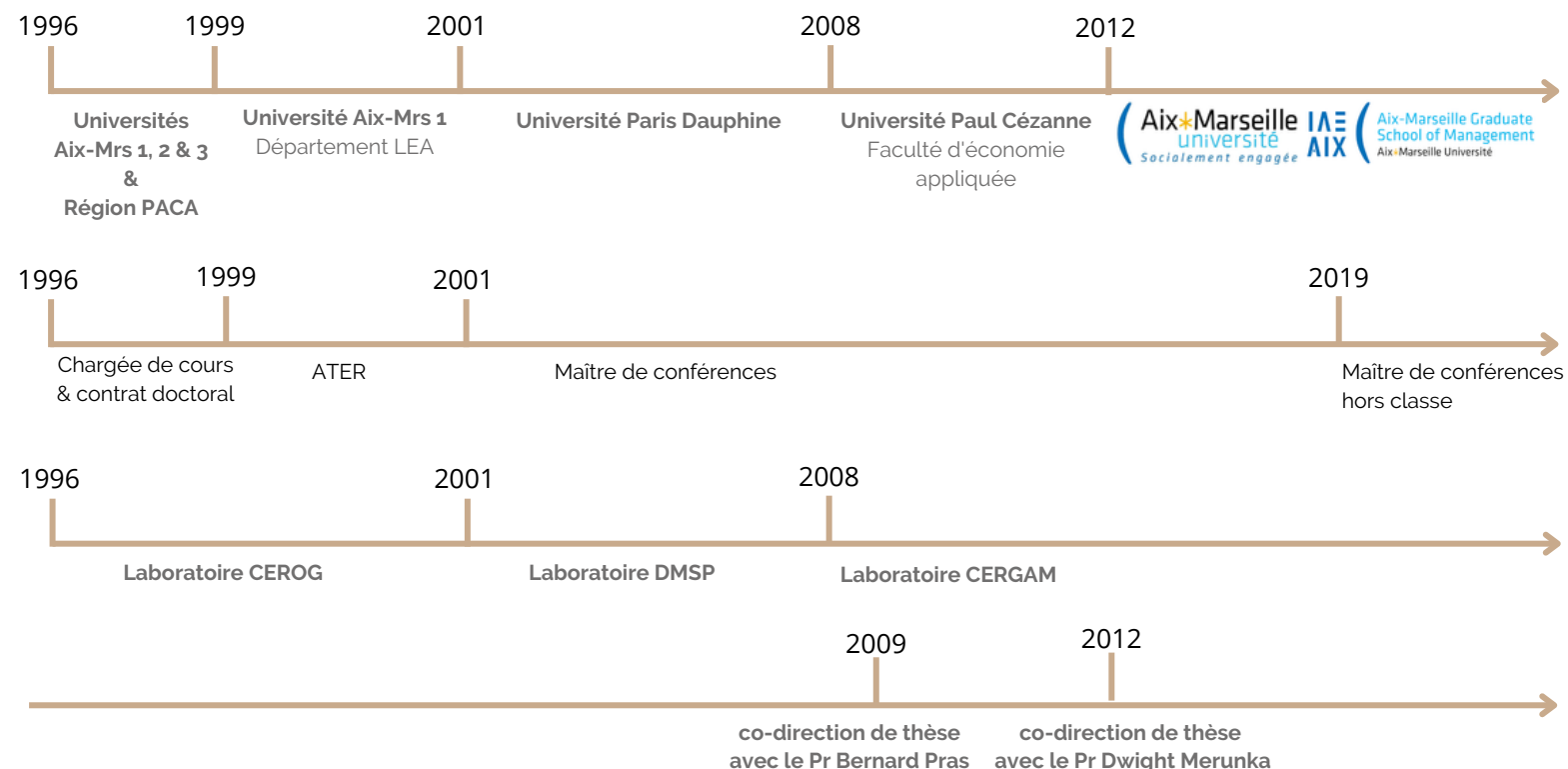
Coordinatrice des mentions Management Stratégique et Management Général

Directrice du Master 1

FORMATION

- **1992** DEUG d'économie. Université de Nice
- **1995** EDHEC, spécialisation "études et recherches en marketing"
- **1996** Master Recherche Sciences de Gestion, spécialisation marketing, mention Très bien
IAE Aix Marseille, Université Aix Marseille 3
- **1996 - 2000** CEFAG (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion) FNEGE
EDAMBA (European Doctoral Programmes Association in Mgt & Business Administration)
- **2000** Doctorat en Sciences de gestion sous la direction du Professeur Dwight MERUNKA
Thèse : Modélisation du comportement d'achat en milieu industriel : fidélité, rétention et inertie
Jury : Pierre Louis Dubois, Jean Louis Chandon, Bernard Cova, Pierre Valette Florence
Mention très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité
IAE Aix Marseille, Université Aix Marseille 3, laboratoire CEROG
- **2001** Qualification aux fonctions de Maître de Conférences
- **DEPUIS 2001** Séminaires et formations : internes (CIPE), par le réseau IAE France, par CIVIS ou en ligne

CARRIÈRE : VUE SYNTHÉTIQUE



Responsabilités collectives

VICE PRÉSIDENTE DÉLÉGUÉE

- **DEPUIS 2021** Vice Présidente déléguée au développement de la formation à l'international pour AMU
 - Travail en coordination avec le VP formation, le VP relations internationales, la Direction des Etudes et de la Vie Etudiante et la Direction des Relations Internationales
 - Application et amélioration des procédures : reconnaissance des crédits, conversion des notes, nouvelles formes de mobilité (ex : Blended Intensive Program ERASMUS +),...
 - Travail sur la création d'un parcours de formation renforcé "International" en Licence
 - Suivi et évaluation des demandes de création de Diplôme en Partenariat à l'International
 - Développement d'une charte sur les formations soutenues par AMU dans des universités partenaires (2022) puis suivi et évaluation des demandes de formations soutenues par AMU
-

COORDINATRICE

- **DEPUIS 2021** Coordinatrice du groupe de travail sur la formation ("TTF Education") pour l'Université Européenne CIVIS dont les objectifs sont :
 - L'harmonisation des procédures et processus entre les 10 universités de l'Alliance
 - La mise en place des outils et procédures du campus numérique
 - Le respect de la conformité des activités éducatives CIVIS avec le processus de Bologne
 - L'établissement d'un cadre commun pour développer l'offre éducative CIVIS
-

DIRECTION

- **DEPUIS 2016** Membre élu du conseil d'institut de l'IAE Aix Marseille pour le collège B (MCF) de 2016 à 2019 et depuis 2022
 - **DEPUIS 2020** Membre du comité de direction de l'IAE Aix Marseille
-

ACCREDITATION / EVALUATION

- **DEPUIS 2015** Membre de l'équipe restreinte accréditation EQUIS de l'IAE pour 2015-2018 et 2018-2023
 - Participation aux réunions de préparation, cadrage, avancement
 - Participation à la rédaction du mid-term report
 - Recueil des données et rédaction de deux chapitres sur la formation et les étudiants
 - Présentation aux accréditeurs
 - **DEPUIS 2021** Coordination du volet évaluation des formation HCERES de l'IAE
 - Recueil des éléments, rédaction et transmission du bilan
 - Projet de l'offre de formation en vue de l'accréditation
-

COMITÉS DE SELECTION

- **DEPUIS 2001** • Membre de comités de sélection pour des postes de Maître de Conférences
-

COMMISSIONS

- **DEPUIS 2018** • Référente césure IAE Aix Marseille et membre de la commission césure AMU
 - **DEPUIS 2020** • Référente CVEC pour l'IAE Aix Marseille et membre de la commission CVEC AMU
-

BÉNÉVOLAT

- **DEPUIS 2008** • Activité de conseil bénévole pour une structure associative de petite enfance d'Aix en Provence

Pédagogie

VICE DOYENNE FORMATION

- **DEPUIS 2020** Vice doyenne formation de l'IAE Aix Marseille
 - Travail avec le comité de direction, les responsables de parcours, les services scolarité, relations internationales et relations entreprise IAE ainsi que les services centraux AMU
 - Supervision de la formation (organisation, calendrier, contrôle des connaissances) et des jurys
 - Adaptation de la formation dans le cadre de la crise Covid à partir de 2020
 - Refonte de l'organisation du choix des cours "à la carte" du DU de l'IAE (120 cours)
 - Refonte du rythme de l'alternance en cours et prévue pour 2023
 - Refonte de l'approche par compétences en cours et prévue pour 2023
 - Création de Diplômes en Partenariat à l'International pour la prochaine accréditation
 - 8 M2 lauréats de l'appel à projet "Transformation de la Formation par la Recherche" (PIA3)
-

RESPONSABLE DE MENTION

- **DEPUIS 2020** Mentions management stratégique et management général de l'IAE Aix Marseille
 - 900 étudiants / 12 Parcours types / Formation initiale, continue et en alternance
-

RESPONSABLE DE PARCOURS

- **2001 - 2008** Parcours Marketing en alternance Université Paris Dauphine
 - Mise en place et coordination de l'alternance en MSG et DESS (équivalent L3/M1/M2)
-

DIRECTRICE DE PROGRAMMES

- **2005 - 2009** Master 208 : Communication marketing intégrée, Université Paris Dauphine
 - Création puis direction du Master
 - Master en alternance classé n°1 des Master en Communication par SMBG
 - **DEPUIS 2012** Master 1 mention management stratégique IAE Aix Marseille
 - Porte d'entrée commune des 10 parcours type de la mention Management Stratégique
 - Promotion du programme (JPO, présentations), recrutement des étudiants, orientation, suivi des stages et alternances, suivi des mobilités à l'international (stages ou semestre d'échange)
 - Transformation pédagogique : coaching, service learning, entrepreneuriat, serious games,...
 - Mise en place et suivi de partenariats avec d'autres composantes AMU
 - Résultats sur 10 ans : programme passé de 120 à 370 inscrits, candidatures multipliées par 10 et taux d'insertion en sortie de M2 supérieur à 95%
-

ALTERNANCE

- **2001 - 2008** • Suivi de 20 à 30 alternants par an niveau L3 à M2, Université Paris Dauphine
 - **2005 - 2009** • Direction du Master 208 ouvert uniquement en alternance
 - **2009 - 2011** • Suivi de 10 à 15 alternants par an niveau Master MIAGE Université Paul Cézanne
 - **DEPUIS 2012** • Suivi de 2 à 15 alternants par an en Master, IAE Aix Marseille
 - Direction du M1 comprenant un groupe en alternance
-

STAGES ET MEMOIRES

- **DEPUIS 1999** • Validation et suivi de 20 à 100 stages par an (L3/M1 et M2)
 - Direction de 2 à 15 mémoires de M2 par an
-

ENSEIGNEMENTS

- Principaux cours : introduction au marketing, marketing RSE, marketing B to B, global marketing, étude et recherche, comportement du consommateur, communication
- 60% des cours enseignés en anglais
- Formation initiale, en alternance et continue principalement en Master
- Orientation pédagogique : approche par compétences, pédagogie inversée, serious game, challenges étudiants, études de cas, certificats

Recherche

DIRECTION DE THESEES

- **2009** « La valeur de la relation et ses changements dans la relation de fidélité entre fournisseur et client industriel », co-dirigée avec le Pr Bernard Pras, Université Paris Dauphine, DMSP
 - **2012** « Pre-Purchase determinants of brand avoidance: a study of negative attitudes and behaviors », co-dirigée avec le Pr Dwight Merunka, IAE Aix Marseille, CERGAM
-

ACTIVITÉ ÉDITORIALE

- **DEPUIS 2002** lecteur occasionnel : Décisions Marketing, Recherche et Applications en Marketing, Congrès International de l'AFM (communications et études de cas), IMP Group annual Conference
-

COMITÉS SCIENTIFIQUES

- **2009** 25th IMP Conference, comité d'organisation
 - **2012** 28ème Congrès International de l'AFM, programme tables rondes
-

ETUDES DE CAS

- **2022** BOZZO C. & DANO F., Nutella : L'impact de la fidélité sur le comportement du consommateur, CCMP (en cours)
 - **2022** BOZZO C. & DANO F., 1083 & Mud Jeans : deux marques engagées pour transformer l'industrie du jeans, CCMP
 - **2019** BOZZO C., DANO F. & LAFFONT C., Disney studios : analyse SWOT appliquée aux Majors de l'industrie du cinéma, CCMP
 - **2019** BOZZO C., DANO F. & MONTAGARD s., Crosscall : comment développer la valeur et le potentiel de la marque ?, CCMP
-

OUVRAGES ET CHAPITRES

- **2012** Le groupe Européen pour l'Administration Publique (1975 – 2010) Perspective pour le futur, Alaux C. Bozzo C. et O. Keramidas La stratégie marketing comme outil de développement d'un territoire : Etude comparative des capitales européennes de la culture, Editions Bruylant.
 - **2007** Le marketing industriel, collection Topo, Dunod, septembre 2007. (ISBN – 2100500910)
-

PUBLICATIONS

- **2007** Bozzo C. Trust in long term relationship: the customer, the firm and the salesrepresentative, Finanza Marketing e Produzione, 25, 1, 103-122
- **2007** Bozzo C. Merunka D. & J. L. Moulins Pochi consumatori fedeli abitano in paradiso, Micro & Macro Marketing, XVI 2, agosto, 223 – 247
- **2003** Bozzo C. , Merunka D. & J. L. Moulins. Fidélité et comportement d'achat : ne pas se fier aux apparences, Décisions marketing, 32, 9-17
- **2002** Bozzo C. Understanding Inertia in an Industrial Context, Journal of Customer Behaviour, 1, 3, 335-355

CONFERENCES

- Khan, M.A., Bozzo, C. and Tafaoui, D. (2012) "Self Concept and Brand Preference: Moderating Role of Type of Product Usage", International IJAS Conference for Academic Disciplines, 13-16 March, Las Vegas, USA.
- Khan, M.A., Bozzo, C. and Khan, H. (2012) "A Study of Pre-Purchase determinants of Brand Avoidance: Moderating role of familiarity with country-of-origin", IBA International Conference on Marketing: Contemporary Marketing Trends, 5-6 May, Karachi, Pakistan.
- Bozzo C. & B. Ernez (2011) La fidélité du client industriel: le rôle du changement de valeur souhaité par le client et de la réactivité du fournisseur, 27ème Congrès International de l'AFM, Bruxelles, Belgique.
- Ernez B. & C. Bozzo (2010) Customer's loyalty: the role of customer desired value change and supplier's response, 26th IMP Conf., Budapest, Hungary.
- Bozzo C. (2010) Insatisfaction et stabilité du comportement : le cas des clients industriels, 26ème Congrès International de l'AFM, Le Mans.
- Bozzo C (2009) Non-switching dissatisfied customers: explanations for a paradox, 25th IMP Conference, Euromed, Marseille
- Alaux C. Bozzo C. et O. Keramidas (2009) La stratégie marketing comme outil de développement d'un territoire : Etude comparative des capitales européennes de la culture, Conférence MED 2 Dialogue Euro Méditerranéen de Management Public, Portoroz-Piran, Slovenia
- Bozzo C. (2008) Different reasons why dissatisfied customers stay with their supplier, 24th IMP Conference, Uppsala, Sweden
- Bozzo C. Merunka D. Moulins J. L. & P. Valette Florence (2008) Tous les Praticants ne sont pas des Fidèles : Analyses Typologique et Causale des acheteurs réguliers d'une Marque, 7th International Congress Marketing Trends, ESCP-EAP Ca' Foscari, Venice, Italy.
- Fouchet R., Bozzo C. & O. Keramidas (2007) Public utility performance: Marketing in the public sector, maybe a not so bad idea, EGPA Annual conference, Public Administration and the Management of Diversity, Madrid, Spain.
- Bozzo C. (2006) Trust in long term relationship: the customer, the firm and the salesrepresentative, 22nd IMP Conf., Bocconi University, Milan, Italy.
- Bozzo C., Merunka D. & J. L. Moulins (2006) Peu de consommateurs fidèles habitent au paradis, 5th International Congress on Marketing Trends, Venise, Italy.
- Bozzo C. (2004) Gérer la relation client : les services consommateurs, 17èmes Journées des IAE, IAE de Lyon
- Bozzo C., Merunka D. & J. L. Moulins (2002) Une typologie des consommateurs « fidèles » : le Bon, la Brute et le Truand., 18ème Congrès International de l'AFM, Strasbourg.
- Bozzo C. & S. Palmero (2002) Le marketing relationnel : application à une problématique RH, 16èmes Journées des IAE, IAE de Paris.
- Bozzo C. (2002) Understanding inertia in an industrial context, 18th IMP Conference, ESC Dijon, Dijon.
- Bozzo C. (2001) Regular and stable industrial buying behavior : classification based on the determinants of customer's behaviour, 17th IMP Conference, B. I., Oslo, Norway.
- Bozzo C. (2000) Regular and stable industrial buying behavior: are the customers really loyal?, 5th Conf. on Relationship Marketing, Emory University, Atlanta, USA.
- Bozzo C. (2000) Les comportements d'achat stables et durables : fidélité, rétention ou inertie ? Une étude auprès de clients et de fournisseurs industriels. 15èmes Journées des IAE, IAE de Bayonne - Biarritz.
- Bozzo C. (1999) Regular and stable industrial buying behaviour : loyalty, retention or inertia? 15th IMP Conf., University College Dublin, Ireland.
- Bozzo C. (1999) Fidélité, rétention et inertie des clients industriels : proposition d'un modèle conceptuel. 15ème Congrès International de l'AFM, Strasbourg