

Catherine LAPASSOUSE MADRID

catherine.madrid@u-bordeaux.fr

Mariée, 3 enfants.

Chevalier dans l'ordre des palmes académiques



Principaux diplômes

2001 : Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion,
Université Montesquieu Bordeaux IV sous la direction du Professeur Saporta
1983 : Ecole Supérieure de Commerce de Bordeaux, spécialisation marketing

Cursus professionnel universitaire

Depuis 1990 : Maître de conférences hors classe (2007), IUT Bordeaux Montesquieu.

Responsabilités administratives : **directrice des études** de la formation initiale, département Techniques de Commercialisation de l'IUT Bordeaux Montesquieu depuis **2002**.

Activités pédagogiques : co-conceptrice en 2002 d'une méthode d'enseignement du marketing : le « produit fil Rouge », **prix ministériel d'excellence pédagogique PEPS 2016**, conception et évaluation de ressources en ligne, gestion de projet MOOC.

Recherche disciplinaire : <http://catherinemadridrecherche.jimdo.com/>

Cursus professionnel en entreprise

1984 - 1986 : Pratique d'études de marché pour le compte d'une clientèle personnelle ou d'un cabinet conseil en marketing industriel : CIMO, 33650 Labrède.

1983 - 1984 : Responsable marketing, Ets Fourni Auto. 33400 Talence. Distribution de pièces détachées automobiles, 50 salariés.

Principales productions scientifiques dans le domaine du digital

2016 « Courses connectées : un cas de destruction ou de création de valeur pour les clients et les distributeurs ? », *Décisions Marketing*, 84, 43,59, co-écrit avec Mariana Vlad.

2016 « La valeur perçue des outils digitaux en matière d'achat de vin en GMS » communication pour le colloque Etienne Thil, co-écrit avec Mariana Vlad.

2016 "Facebook and Sustainable Development Case study of a French supermarket chain" *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44, co-écrit avec Linda Lafaysse., 560-582

2014 « De l'opportunité d'une présence sur Facebook : Le cas d'une enseigne de distribution traditionnelle », *Gestion*, 4,39, co-écrit avec Linda Lafaysse, 91-102.

2012 « Evaluer un site internet : une approche par le modèle G.R.P. » *Electronic Journal of Digital Enterprise*, july, 33.

2010 « Les enjeux d'un site internet dans un contexte de création d'entreprise : proposition d'un cadre conceptuel » congrès CIFEPME. Bordeaux

2007 « L'intégration d'un site dans la stratégie et l'organisation d'une entreprise : du cadre conceptuel à l'outil de management » *Revue Française de Gestion*, Mars.

2005. *La dimension numérique dans la stratégie commerciale : brique.com*, l'Harmattan. Co écrit avec M.C. Monnoyer

2003 « Les usages commerciaux des technologies de l'information et de la communication dans les P.M.I. » in *Comportement informationnel des P.M.E. face aux nouvelles technologies*. Coll dirigé par Martine Boutary, L'Harmattan.

2004 « Le cas de la commercialisation électronique des vins de Bordeaux » dans le cadre du colloque *T.I.C. et P.M.E.* organisé à Castres en Mai par le Centre d'Etude et d'Observation de la Cité Numérique.

