

Mariana Vlad

143, rue Guillaume Leblanc
33000 BORDEAUX
Téléphone: 00 33 6 26 27 88 47
E-mail: mariana.vlad@u-bordeaux.fr



FORMATION

- 2001/2005 Doctorat en **Sciences de Gestion** à l'Université de Nantes, Titre : «*Problématique de coopération entre fournisseurs et distributeurs de produits alimentaires dans le cadre de la mise en œuvre de l'ECR*»
- 2000/2001 Diplôme de *master* en **Economie et Gestion appliquées à l'Industrie Agroalimentaire**, Université Polytechnique de Moldavie.
-

EXPERIENCE PROFESIONNELLE

Université de Bordeaux – IUT – Département Techniques de Commercialisation

Septembre 2008 - **Maître de Conférences**: cours de distribution, stratégies de distribution, marketing du point de vente, e-marketing
Responsable pédagogique de la Licence Professionnelle Management et gestion de rayon –Distrisup Management

ESSCA Angers

2006 /2008 **Enseignant-chercheur** au pôle Marketing, cours de marketing, distribution, études de marché, méthodologie de recherche

PUBLICATIONS

Madrid C., Vlad M., (2016), Courses connectées : un cas de destruction ou de création de valeur pour les clients et les distributeurs ?, *Décisions Marketing*, vol. 84, pp 43-59

Madrid C., Vlad M., (2016), La valeur perçue des outils digitaux en matière d'achat de vin en GMS, communication pour le colloque Etienne Thil, Roubaix, 12-14 octobre

Durand B., Vlad M., (2011), « Auchan et Intermarché : deux styles de glisse sur la vague de la cyber-épicerie », *Revue des Cas en Gestion*, n°5, p. 39-49

Boulay J., De Faultrier B., Vlad M., (2010), Internet et canal de distribution : de l'évolution des pratiques à de nouveaux équilibres de pouvoir, *La Revue des Sciences de Gestion*, n°242, p.29-37

De Faultrier B., Vlad M., Sam Long C., (2009), Management des enchères inversées : Facteurs de succès et influence de la culture nationale sur ces facteurs, *La Revue des Sciences de Gestion*, n°237-238, p.113-119

Boulay J., De Faultrier B., Vlad M., (2007), L'apport d'Internet au marketing : une approche par le canal, *6^{ème} Journée Nantaise de Recherche sur le E- marketing*, 14 septembre, Nantes