



Axelle FAURE-FERLET

A.T.E.R. en Sciences de Gestion (Marketing)

axelle.faure-ferlet@univ-lyon3.fr

IAE Lyon – Université Jean Moulin Lyon 3

6, cours Albert Thomas

69008 Lyon

Centre de Recherche Magellan

FORMATION

Depuis 2012	Doctorat en Sciences de Gestion, Université Jean Moulin Lyon 3, Lyon <u>Discipline</u> : Marketing <u>Titre</u> : La valorisation des organisations coopératives auprès des consommateurs <u>Directeurs de thèse</u> : William SABADIE et Sonia CAPELLI
2012	Master 2 Marketing et Vente, spécialisation Marketing et Commercialisation de Produits de Grande Consommation, IAE Université Jean Moulin Lyon 3, Lyon Validation du module « Construction d'un projet de recherche en management »
2008	Bachelor in Marketing Management, Staffordshire University, Stoke-on-Trent (UK)
2007	DUT en Techniques de Commercialisation, IUTB Université Claude Bernard Lyon 1, Lyon
2004	Baccalauréat en Sciences Economiques et Sociales, Lycée Notre Dame des Minimes, Lyon

ACTIVITES PEDAGOGIQUES ET ADMINISTRATIVES

Enseignements

Volume total enseigné sur la période 2013-2016 : 326 heures équivalent TD

- **Cours Magistral de Marketing sociétal et Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE)**
IAE Université Jean Moulin Lyon 3 (site Manufacture des Tabacs, Lyon)
Période : 2015-2016 – Niveau : Master 2 Marketing et Vente – Volume du cours : 23 heures
- **Cours Magistral de Publicité et Promotion des Produits de Grande Consommation**
IAE Université Jean Moulin Lyon 3 (site Manufacture des Tabacs, Lyon)
Période : 2015-2016 – Niveau : Master 2 Marketing et Vente – Volume du cours : 23 heures
- **Cours Magistral de Fondamentaux du Marketing Industriel**
IAE Université Jean Moulin Lyon 3 (site CEUBA, Bourg-en-Bresse)
Période : 2015-2016 – Niveau : Master 1 Marketing et Vente – Volume du cours : 30 heures
- **Travaux Dirigés de Fondamentaux du Marketing Industriel**
IAE Université Jean Moulin Lyon 3 (site CEUBA, Bourg-en-Bresse)
Période : 2015-2016 – Niveau : Master 1 Marketing et Vente – Volume du cours : 16 heures
- **Cours Magistral de Marketing 1 (Marketing stratégique)**
IAE Université Jean Moulin Lyon 3 (site CEUBA, Bourg-en-Bresse)
Période : 2015-2016 – Niveau : Licence 3 AES – Volume du cours : 30 heures

- **Travaux dirigés de Marketing 1 (Marketing stratégique)**

IAE Université Jean Moulin Lyon 3 (site CEUBA, Bourg-en-Bresse)

Période : 2013-2016 – Niveau : Licence 3 AES – Volume du cours : 16 heures*

- **Travaux dirigés de Marketing 2 (Marketing opérationnel)**

IAE Université Jean Moulin Lyon 3 (Manufacture des Tabacs, Lyon et CEUBA, Bourg-en-Bresse)

Période : 2013-2015 – Niveau Licence 3 AES – Volume du cours : 16 heures*

**menés auprès de plusieurs groupes d'étudiants, plusieurs années consécutives*

Activités pédagogiques

- Correction des rapports de stage de Licence 3 AES
- Participation aux jurys de soutenance de mémoires de Master 1 et Master 2
- Recrutements des candidats pour le Master 2 Marketing et Vente, spécialisation Marketing et Commercialisation de Produits de Grande Consommation
- Suivi de mémoire de fin d'études (M2 Marketing et Vente, spécialisation Marketing et Commercialisation de Produits de Grande Consommation)

Activités administratives

- Représentante des doctorants au Conseil de l'Ecole Doctorale de SEG (ED 486)

EQUIPES OU GROUPES DE RECHERCHE

Membre du Centre de Recherche Magellan

Membre du groupe de recherche Marketing et de l'axe de recherche Management et RSO

Membre de la chaire de recherche Lyon 3 Coopération

VIE ASSOCIATIVE

- **Membre du bureau de l'Association Française du Marketing (afm)**

Webmaster éditorial : gestion et mise à jour quotidienne du site internet de l'association

- **Membre du comité d'organisation du 32^{ème} Congrès international de l'afm, Lyon 2016**

Mise en place et gestion du site internet dédié au congrès, gestion des soumissions et des évaluations à travers la plateforme dédiée, gestion de l'adresse mail de contact et des différentes questions des auteurs et relecteurs

- **Participation au processus de relecture pour l'afm**

COMMUNICATIONS

Communications dans des congrès internationaux à comité de lecture

- **Faure-Ferlet A., Capelli S. et Sabadie W. (2016)**, Claiming the co-operative status of the firm to add value to food products, *15th International Marketing Trends Conference*, Venise, Italie.
- **Faure-Ferlet A., Capelli S. et Sabadie W. (2015b)**, Consumers' Preference for an Alternative Organization of Exchanges: The Case of Food Products Made by Producer Co-operatives, *40th Annual Macromarketing Conference*, Chicago, USA.

- **Faure-Ferlet A., Capelli S. et Sabadie W. (2015a)**, Une étude implicite des préjugés envers un label coopératif, *31^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Marrakech, Maroc.
- **Faure-Ferlet A., Capelli S. et Sabadie W. (2014b)**, Fais-moi savoir que tu es une coop et je te dirai si tu es socialement responsable: une étude exploratoire des motivations et des freins à l'achat de produits issus d'organisations coopératives, *30^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Montpellier, France.
- **Faure-Ferlet A., Capelli S. et Sabadie W. (2014a)**, Co-operative firms as perceived by external stakeholders: do consumers know about organizational tensions?, *5th Latin American and European Meeting on Organization Studies (EGOS)*, La Havane, Cuba.

Autres communications

- **Faure-Ferlet A., Capelli S. et Sabadie W. (2014c)**, Coop : le dire ou ne pas le dire ?, *Sommet International des Coopératives*, Québec, Canada.

SEJOURS DE RECHERCHE A L'ETRANGER

2014 **Séjour de Recherche au sein de la Chaire de Coopération Guy-Bernier, ESG UQAM**
 2 mois **(Montréal, Canada)** – sur invitation du Pr. Michel Séguin

TRAITS MARQUANTS DU PASSE PROFESSIONNEL

2012 **Chargé d'études Marketing et Commerciales, Nestlé Waters France, Paris**
 3 mois Accompagnement transversal des équipes marketing et commerciales (GMS/CHD) :
 - Gestion et analyse de données panels et de données clients CHD
 - Interface entre les équipes et les panélistes/instituts d'études

2011 **Chargé d'études Marketing, Nestlé Waters France, Paris**
 11 mois - Gestion et analyse hebdomadaire et mensuelle des panels (IRI et Kantar)
 - Interface entre les chefs de produits et les panélistes/instituts d'études
 - Gestion d'études ad hoc de la création du brief à la restitution des résultats

2010 **Chargé d'études qualitatives, Market Vision, Lyon**
 5 mois Etudes shopper, études ethnographiques, test de pack :
 (+ 6 mois - Gestion des terrains qualitatifs
 en 2006) - Entretiens téléphonique/face à face, observation (in-home, in-store)
 - Mise à plat, analyse des résultats, co-rédaction des rapports finaux

2010 **Chef de projet, Food Service Vision, Lyon**
 6 mois Projet « Monographies des Chaînes et des Distributeurs » :
 Production et optimisation d'une base de données enseignes destinée aux équipes
 marketing et commerciales CHD (gestion de projet, création d'outils de suivi...)