



Valérie GIRARD

Maître de conférences en Sciences de Gestion

valerie.girard@univ-lyon3.fr

iaelyon School of Management

Université Jean Moulin

1C avenue des Frères Lumière ■ CS 78242 ■
69372 Lyon cedex 08

DOMAINE(S) D'EXPERTISE :

Marketing territorial

Marketing des services (Hôtellerie Restauration)

Méthodes d'enquête qualitatives

Biographie / Résumé

Après une thèse en Marketing Territorial soutenue en 1999, Valérie Girard a consacré son activité au pilotage de diplômes tant dans son champ disciplinaire initial de recherche que dans le secteur de l'Hôtellerie et de la Restauration. La responsabilité pédagogique des diplômes en partenariat avec l'Institut Paul Bocuse depuis 1998 en font aujourd'hui une spécialiste du marketing de l'hôtellerie et de la restauration, complété par le pilotage pédagogique de nombreux mémoires d'étudiants et de projets d'entreprises dans le secteur de l'hospitality depuis quinze ans.

FONCTIONS

- Depuis septembre 2016: Responsable du Master Management de Centre de Profit en activités d'Hôtellerie-Restauration-Loisirs- formation en alternance (contrat de professionnalisation)
- Depuis 1998 : Responsable Pédagogique des Programmes en partenariat avec l'Institut Paul Bocuse : Licence professionnelle et Master « Management International de l'Hôtellerie et de la Restauration »
- De 2008 à 2011: Responsable du Master 2 Marketing Management Territorial
- De 2005 à 2008 : Directrice du Master Marketing et Commerce

TITRES ET DIPLOMES

- Doctorat en Sciences de Gestion obtenu en 1999 à l'Université Jean Moulin Lyon 3
- Diplôme d'Etudes Approfondies (DEA) en sciences de gestion
- Maîtrise de sciences de gestion

DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

Marketing des services appliqué au secteur de l'hôtellerie et de la restauration
Marketing Territorial
Méthodes et pratiques de l'enquête

CENTRES D'INTERETS ACTUELS DE RECHERCHE

Distribution et e-distribution appliqué au secteur de l'hôtellerie et de
Marketing urbain

CENTRE OU EQUIPE DE RECHERCHE

Centre de Recherche iaelyon Magellan

LANGUES ETRANGERES PARLEES

- Anglais

SEJOURS PROFESSIONNELS A L'ETRANGER

- Chargée du module « Méthodes et pratiques de l'enquête : approche qualitative » à HEM Maroc dans le cadre du Master Marketing de l'iaelyon (séjour reconduit annuellement depuis 2005)

DISTINCTIONS

Licence professionnelle Management International de l'Hôtellerie et de la Restauration classée n°1 par EDINIVERSAL depuis le début du classement des licence en 2007- 4 étoiles

Master Management International de l'Hôtellerie et de la Restauration classée entre n° 4 et 2 entre 2010 et 2015 par EDINIVERSAL

Trophée de la pédagogie en 2012 pour la licence professionnelle

INTERVENTIONS AUPRES D'ENTREPRISES, D'INSTITUTIONS ET D'ORGANSIATIONS PROFESSIONNELLES OU ASSOCIATIVES

Nombreuses interventions en entreprise dans le cadre de projets pédagogiques menés avec les étudiants : (en voici quelques extraits)

- Septembre 2016 à décembre 2016 : Participation à l'étude « Altis-Gerland » dans le cadre du projet de développement du quartier de Gerland
- Septembre 2015 à mars 2016 : Etude « Tourisme de demain » commanditée par l'UMIH Rhône-Alpes (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie). Participation à l'élaboration du Livre Blanc 2016 destiné à "*innover, anticiper et préparer le tourisme de demain*"
- Février 2016 à juillet 2016 : Participation à l'élaboration de l'étude « Beaujolais – Perspectives », étude commanditée par l'Organisme de Gestion (ODG) Beaujolais & Beaujolais Villages et réalisée en lien avec la Chambre d'Agriculture du Rhône

- Janvier à avril 2015 : travail avec la mission Carré de Soie dans le cadre du développement du projet urbain de Vaulx-en-Velin (étude de l'image du quartier et du repositionnement)
- Différentes études dans le cadre du repositionnement de projets d'hôtels et de restauration sociale

Chapitres d'ouvrages

Jean-Marc Ferrandi et Marie Christine Lichtlé (2014) ; Marketing, Edition Dunod- Voir fiche « Marketing Territorial » rédigée par Valérie Girard

Jacques Bonnet (ouvrage collectif sous la direction de Jacques Bonnet) ; Aménagement et développement territorial ; Editions Ellipses, Décembre 2012, chapitre relatif au marketing territorial rédigé par Valérie Girard, pages 231 à 239

Articles publiés dans des actes de colloque

- Bayet-Robert, P., et Girard, V., (2009) Une approche expérientielle de la consommation appliquée à la restauration gastronomique, 14èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, 12-13 novembre.
- Chappoz Y. ; Girard V. (2002) ; Projets de territoire, participation des citoyens et marketing territorial ; communication aux XVI^e journées des IAE ; 10-12 septembre 2002 ; IAE de Paris
- Girard V. (1998) ; Le marketing territorial : quels fondements, quelles définitions, quels concepts ? 2èmes Rencontres Villes-Management, Actes ; Bayonne ; 11 septembre 1998
- Girard V. (1997) ; Marketing territorial et planification stratégique ; p69-87 ; in « Marketing territorial, les enjeux stratégiques pour villes et régions ; sous la direction de Domanski T. et Hetzel P. ; Centre de Recherche et d'Etudes Françaises ; Lodz (Pologne), 20-21 juin
- Girard V. (1997) ; Vers une définition du marketing territorial ; Actes du 13^{ème} congrès de l'Association Française du Marketing ; Toulouse, 29 et 30 Mai ; Vol 2 ; pp 1186-1212

Articles et rapports de recherche

- Girard V. (2002) ; L'application du paradigme relationnel au marketing territorial, Document Interne, Centre de Recherche de l'IAE
- Girard V. (2001) ; Marketing territorial et attachement de l'entreprise au territoire ; Papier de Recherche ; Centre de Recherche de l'IAE ; Université Jean-Moulin Lyon3
- Girard V. (1995) ; Identité territoriale et marketing territorial : application du concept de Corporate Mix ; Les cahiers Lyonnais de Recherche en gestion ; n°16 ; Avril ; p 147-172
-

Autres productions académiques

Girard V. (1999) ; Contribution à l'étude du marketing territorial : le cas des projets de ville et d'agglomération françaises, sous la direction de Paul Veys, Université Jean-Moulin, Lyon3