

Rapport d'activités

(Structuré en fonction des rubriques du document téléchargeable sur ELARA)

Nom d'usage : LAPASSOUSE MADRID

Prénom : CATHERINE

MC Classe Exceptionnelle Sciences de Gestion /6^{ème}

Chevalier dans l'ordre des palmes académiques

Synthèse du parcours professionnel et contexte d'exercice

J'appartiens à l'équipe de recherche en marketing de l'IRGO - Institut de recherche en gestion des organisations - unité de recherche membre du Département ECO Evaluation – Comportement – Organisation) de l'Université de Bordeaux. Devenue universitaire, après un bref passage professionnel en entreprise, j'ai choisi d'enseigner en IUT dès ma nomination car cela me permet d'inscrire la pratique de mon métier d'enseignant chercheur dans la perspective de son utilité sociale, en considérant les référentiels de la communauté scientifique, du monde de l'entreprise et du public étudiant. J'enseigne depuis ma nomination au département Techniques de Commercialisation [J'apprécie l'enseignement en IUT](#) pour la proximité pédagogique qu'il procure, les possibilités d'accompagnement des étudiants en tant qu'enseignante référente de projet personnel et professionnel et les relations avec les entreprises dans le cadre de la visite de stages.

Au sein de cet établissement, j'ai eu la [responsabilité](#) de la direction de l'étude entre 2002 et 2019¹. Je suis actuellement en [charge](#) des stages [et de l'alternance](#) du BUT Tech De Co (en première et deuxième année 3 stages différents successifs, 2 promos de 140 étudiants en 2022, 4 parcours ouverts à l'alternance)

Du point de vue pédagogique, je me suis impliquée par choix personnel dans la transformation pédagogique bien avant que ce ne soit valorisé. Je me suis intéressée aux pratiques innovantes dès ma nomination, en participant régulièrement à des animations de simulation de gestion. L'irruption progressive du numérique dans la pratique des étudiants à partir des années 2000 et l'évolution de leur mode d'apprentissage m'a conduit à réfléchir à un dispositif pédagogique plus adapté. Je suis ainsi co-auteur depuis 2002 d'une méthode pédagogique interactive personnalisée dans le cadre du cours de marketing : le « produit fil rouge (P.F.R.) ». Cette méthode a obtenu en [2004 le second prix ex-aequo](#) de l'innovation pédagogique CIDEGEF². Riche d'évolutions associées aux nécessités de la transformation pédagogique (approche par les compétences notamment) elle a également été lauréate en mars 2016 de la première édition du [prix ministériel P.E.P.S](#)³.

Du point de vue de la recherche, mon activité disciplinaire concerne les relations [d'intermédiation – physiques ou virtuelles](#) – qui se développent dès qu'une entreprise organise la mise à disposition de ses produits auprès de son marché. Toutefois, je me suis progressivement tournée vers la démarche qui consiste à faire de son enseignement un objet de recherche ([SoTL](#)). L'obtention d'un prix ministériel d'excellence pédagogique reconnu « comme une production au sens scientifique du terme » ([annexe 4](#)) a été le point de départ d'une série de publications dans ce domaine.

En septembre 2021, ce cheminement pédagogique m'a conduit à candidater et à être retenue dans le

¹ Équipe pédagogique de 27 enseignants permanents et une trentaine d'intervenants professionnels réguliers.

² <http://www.cidegef.org/laureats/prix.htm>

³ Avec Laurence Chérel, Agrégée d'Économie et de Gestion, membre de l'équipe pédagogique de Tech de Co Bordeaux. Le « produit fil rouge (P.F.R.) ». Créé en 2002, primé en 2016 Prix Passion Enseignement et Pédagogie dans le Supérieur, <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid94884/prix-peps-passion-enseignement-et-pedagogie-dans-le-superieur-2016.html>

cadre de l'appel à candidature de l'Université de Bordeaux pour participer « à un dispositif de compagnonnage, afin d'accompagner les enseignants dans l'évolution de leurs pratiques pédagogiques.

Présentation chronologique des principales étapes de la carrière faisant apparaître les éléments les plus significatifs (diplômes, positions, principales responsabilités et activités)

Principaux diplômes

2001 : **Habilitation à Diriger des Recherches en gestion**, Université Montesquieu Bordeaux IV sous la direction du Professeur Saporta.

1989 : **Doctorat en Sciences de Gestion**, (nouveau régime), Université de Bordeaux I, Thèse soutenue le 7 Juillet 1989, dirigée par le Professeur Saporta.

1983 : **Ecole Supérieure de Commerce de Bordeaux**
Spécialisation marketing. Rang de sortie : 18 / 96.

Expérience professionnelle universitaire

Depuis 1990 : Maître de conférences classe exceptionnelle, Université de Bordeaux, IUT de Bordeaux

- *Activités de recherche* : membre de l'Equipe de Recherche en Marketing de l'IRGO, Université de Bordeaux, activité de recherche disciplinaire orientée sur le thème de la distribution, plus particulièrement les problématiques d'intermédiation, physique ou virtuelle, complétée par une activité de recherche éducative sur la pédagogie en Sciences de Gestion.
- *Activités pédagogiques* :
 - **Conceptrice et évaluatrice de ressources numérisées** dès 2006 pour IUT en ligne.
 - **Co-conceptrice** d'une méthode d'enseignement du marketing : le « Produit Fil Rouge » **lauréate du prix ministériel d'excellence PEPS 2016**⁴
 - Co-conceptrice productrice et animatrice du **MOOC** Apprendre le Marketing Autrement⁵
 - **Enseignements à l'Université de Bordeaux** :
 - Marketing fondamental dans tous les cycles du DUT Techniques de commercialisation (formation initiale, apprentissage, formation continue)
 - Interventions thématiques en relation avec mes préoccupations de recherche dans différents masters et licences de l'Université de Bordeaux.
- *Responsabilités* :
 - **Chargée des stages et de l'alternance du BUT Tech De Co** (5 stages différents successifs, 2 promos de 140 étudiants, 4 parcours ouverts à l'alternance)
 - Encadrement administratif et gestion des conventions
 - Accompagnement des étudiants dans leurs recherches de stages ou d'alternance
 - Gestion des relations avec les entreprises pour identifier des missions d'alternance en lien avec les parcours du BUT.
 - Organisation des évaluations en BUT relatives aux stages (SAé)
 - **Directrice des études de la formation initiale** au département Techniques de Commercialisation de l'IUT Bordeaux Montesquieu **2002-2019**, notamment :

⁴ Avec Laurence Chérel, Agrégée d'Economie et de Gestion, membre de l'équipe pédagogique de Tech de Co Bordeaux. Le « produit fil rouge (P.F.R.) ». Créé en 2002, primé en 2016 Prix Passion Enseignement et Pédagogie dans le Supérieur, <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid94884/prix-peps-passion-enseignement-et-pedagogie-dans-le-superieur-2016.html>

⁵ En collaboration avec Laurence Chérel diffusé sur la plateforme Fun. La première partie s'est déroulée entre le 2 octobre et le 9 décembre 2017, la seconde partie entre le 26 mars et le 11 mai 2018. Ce Mooc de onze semaines au total comporte 64 capsules vidéo soit une durée totale de 6 heures cinquante et 440 diapositives. Il a pour objectif de diffuser la méthode pédagogique P.F.R.

- Coordination du dispositif de formation et adaptation selon les évolutions du programme pédagogique national (1998, 2005, 2013)
- Planification de l'activité de l'équipe pédagogique
- Suivi pédagogique et administratif des étudiants.

1986 - 1990 : Allocataire d'Enseignement Supérieur puis Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche, Université de Bordeaux I. IUT A. Département Techniques de Commercialisation

Expérience professionnelle 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.

Evolution des activités Au final, mon parcours se caractérise par une double implication pédagogique et administrative depuis plus de trente ans au sein de l'IUT de l'Université de Bordeaux complétée par une production scientifique régulière. La volonté de maintenir cet équilibre n'a toutefois pas été un frein à l'évolution de mes activités. D'une part, l'adaptation régulière de ma pratique aux changements du public étudiant m'a conduit à modifier profondément ma posture pédagogique, comme cela sera expliqué dans la partie concernant mon enseignement. D'autre part ce cheminement m'a permis d'explorer des domaines de recherche nouveaux pour moi.

Depuis septembre 2021, mes triples engagements en termes de tâches d'intérêts général à Université de Bordeaux en tant que membre du Réseau des enseignants compagnons, membre du projet EQAE (Evaluation Qualitative des Enseignements), et membre du comité de rédaction de la revue *Études & Pédagogies* témoignent des synergies possibles entre ces deux registres d'évolution.

Présentation des formations suivies, notamment concernant vos activités pédagogiques

Perfectionnement professionnel :

- Décembre 2021 : séminaire de sensibilisation à la pédagogie universitaire et aux méthodes d'accompagnement dans le cadre du dispositif de compagnonnage.

- Suivi de Mooc FUN :

Janvier 2022 : « La psychologie pour les enseignants »

Février 2018 : « Se former pour enseigner dans le supérieur »

Journées de formations MAPI Université de Bordeaux

Octobre 2022 : Séminaire de formation à l'alignement pédagogique.

Décembre 2021 : Séminaire de sensibilisation aux méthodes d'accompagnement (dispositif Compagnon)

Novembre 2017 : l'approche Programme :

Juin 2016 : motivation et engagement académique des étudiants"

Contribution à la formation d'autres enseignants en matière de pédagogie universitaire :

Retour d'expérience sous forme de webinaire "L'évaluation par les pairs" dans le cadre du plan de formation MAPI programmé le 30 mai 2023 en collaboration avec Laurence Chérel

Retour d'expérience sous forme de webinaire : « l'évaluation mise en œuvre dans le dispositif de formation "Produit fil rouge » Mai 2022" en collaboration avec Laurence Chérel

Investissement pédagogique

Présentation synthétique de l'activité d'enseignement

Principaux enseignements :

La majorité de mon enseignement concerne les ressources relatives à la compétence Marketer prévues par le Programme Pédagogique National en BUT Techniques de Commercialisation. Il s'agit d'étudiants en BUT Formation initiale, BUT en alternance, Pass BUT (formation continue) J'interviens également en marketing fondamental auprès des étudiants de la licence OMSA et des étudiants en troisième année de Bordeaux Sciences et d'une licence professionnelle. Parallèlement à cet enseignement de marketing fondamental, dans une perspective de transfert de la recherche, j'ai conçu plusieurs interventions (volume horaire d'environ 6 heures) adaptées aux différentes spécialités de licence professionnelle ou de master .L'ensemble de mes enseignements est détaillé en [annexe 1](#).

Pratiques pédagogiques:

Chaque année [depuis 2002 pour tous mes enseignements annuels](#) auprès d'apprenants issus de différents cycles de formation, alternants, formation continue, formation initiale j'ai recours à la méthode pédagogique (citée dans la synthèse de la carrière) dont je suis co-auteur : le « Produit Fil Rouge (P.F.R.)» Son principe s'inscrit dans une logique de [transformation pédagogique](#) à savoir rendre l'étudiant [acteur](#) de sa formation en marketing en lui proposant d'imaginer un support personnel d'appropriation du cours, afin de favoriser son implication. Les principales caractéristiques du dispositif sont de combiner [une pédagogie inversée et une approche par les compétences](#). L'évaluation s'effectue à partir d'une grille [d'évaluation à seuils communiquée](#) dès le début du dispositif. Ce dispositif est complété par un site de ressources pédagogiques : <http://pfrproduitfilrouge.com>. Ma posture pédagogique n'est plus transmissive, elle consiste à accompagner chaque étudiant à son rythme vers l'acquisition de compétence en marketing. L'ensemble du dispositif est suffisamment individualisé et flexible pour permettre une formation adaptée à des étudiants au profil spécifique (sportif de haut niveau, salarié en reconversion etc.).

En septembre 2014, conformément à la volonté d'ouverture à l'international du département, je l'ai adaptée en anglais auprès d'un groupe de 30 étudiants. Son transfert expérimenté en 2016 auprès des étudiants du Master « Management International des Projets et Produits Action Sports – Sports de Glisse » devait déboucher sur une systématisation dans le cadre du projet Plateforme Océan Expérience mais la crise sanitaire a détourné ce projet. La méthode est également déployée en troisième année de Bordeaux Sciences Agro auprès des étudiants ayant choisi la spécialité « commercialisation ». Elle est également utilisée en licence OMSA⁶, son approche par compétences correspond particulièrement aux exigences du partenariat avec l'organisme professionnel ISFORA⁷

La crise du COVID et le passage obligé au distanciel m'a permis de me rendre compte de l'intérêt de mon changement de posture pédagogique. En effet [le passage à l'écran continue à autoriser la relation d'accompagnement](#) puisque l'outil Zoom permet de regrouper les apprenants en sous-groupes, de leur permettre de solliciter l'enseignant et d'interagir avec eux. Ma pratique pédagogique s'est donc très facilement adaptée lors du premier confinement, l'environnement numérique de travail existait déjà via le site pfrproduitfilrouge.com. Le contexte sanitaire des années 20 et 21 m'a permis d'explorer sans anxiété de nouveaux modes d'enseignement (entièrement distanciel et hybride) et de capitaliser sur les apports de ces expériences.

En plus de la pratique de pédagogie inversée et d'approche par les compétences décrite dans le paragraphe précédent, j'anime régulièrement chaque année des simulations de gestion de synthèse en DUT 2 puis BUT 2. Depuis Septembre 2022 j'anime également une autre simulation destinée aux BUT 1, découverte de la gestion commerciale à la rentrée des BUT 1.

⁶ Licence professionnelle Organisation, management des services de l'automobile (OMSA)

⁷ Institut supérieur de formation automobile

Investissement dans la transformation pédagogique :

- En septembre 2022 ma candidature a été retenue dans le cadre de l'appel à candidature de l'Université de Bordeaux « [Soutien au renforcement de l'alignement pédagogique](#) »⁸. Dans le cadre de ce dispositif j'ai bénéficié d'une formation d'une journée sur les principes de l'alignement pédagogique, puis d'un accompagnement personnalisé de la part d'un ingénieur pédagogique de la MAPI. J'ai ainsi pu améliorer la définition des différents acquis d'apprentissages déjà explicités dans le cours BUT 1 et préparer les fondements d'une [évaluation qualitative grâce à un barème de notation à seuils](#). Cette [expérience](#) me conduira à partir de septembre 2023 à jouer un rôle d'« [ambassadeur](#) » sur ce thème au sein de l'Université.
- En 2002 création d'une méthode d'enseignement du marketing, description dans la rubrique pratique pédagogique. [Prix PEPS 2016 et Cidegef 2004](#).

Création d'enseignements :

Depuis la rentrée 22 dans le cadre du nouveau programme qui introduit un cours marketing du BUT 2 j'ai créé un nouveau cours⁹ à propos des spécificités sectorielles du marketing. Le dispositif retenu s'appuie sur une [pédagogie active](#) grâce à laquelle les étudiants doivent dans un premier temps co-construire un socle théorique puis identifier les applications de ces concepts dans le cas d'une entreprise qu'ils ont eux-mêmes choisie. Dans le cadre de ce nouveau cours j'ai souhaité compléter le processus d'apprentissage des étudiants concernés en introduisant une évaluation formative avant l'évaluation sommative. Le dispositif conçu¹⁰ s'appuie sur une [procédure d'évaluation par les pairs](#) appuyée sur une grille [d'évaluation de compétences](#). Il concerne les étudiants des semestres 3 et 4 (30 HETD par groupe sur deux groupes). Cette initiative m'a permis de mieux formuler les objectifs d'apprentissages et donc d'améliorer [l'alignement stratégique de ce cours et a également favorisé la réduction de l'anxiété des étudiants pour leur oral sommatif](#).

Responsabilités pédagogiques.

Direction de formation

2002-2019 [Direction des études du département Techniques de Commercialisation de l'IUT de Bordeaux](#).

- Conception de l'emploi du temps correspondant à une programmation d'un volume de 1620 heures en deux ans soit 180 étudiants en première année répartis en 6 groupes de TD et 160 en seconde année répartis en 5 groupes
- Coordination de l'équipe pédagogique soit 29 enseignants permanents et une trentaine d'intervenants professionnels réguliers, l'affectation des cours à ses différents membres. Elle nécessite la participation au recrutement des membres de l'équipe permanente¹¹ ainsi que l'identification et la sélection des intervenants professionnels. J'étais également en charge du contrôle de l'absentéisme, de l'organisation des jurys semestriels

Animation pédagogiques

- Depuis septembre 21 : en tant que responsable de la SAé découverte BUT 1 animation de l'équipe pédagogique pour la [conception d'une grille d'évaluation critériée](#) de la SAé, suivi de la mise en application.

⁸ Projet co-porté avec Laurence Chérel

⁹ En collaboration avec Laurence Chérel

¹⁰ En collaboration avec Laurence Chérel

¹¹ En moyenne deux par an compte tenu des départs à la retraite successifs.

- Depuis septembre 22 : en tant que responsable de la SAé Mission BUT 2 ; animation de l'équipe pédagogique pour [la conception d'une grille d'évaluation critériée](#) de la SAé, suivi de la mise en application

Autres (pilotage de stage)

Depuis 2019, [Chargée des stages](#) et de l'alternance du BUT Tech De Co (5 stages différents successifs, 2 promos de 140 étudiants, 4 parcours ouverts à l'alternance) : Cette responsabilité recouvre notamment :

- l'organisation [d'un stage dating en novembre 2021 et 2022](#) (en présentiel ou distanciel au choix des entreprises) pour les étudiants de BUT 1 et 2
- l'organisation d'une « [alternance dating](#) » [distancielle](#) ainsi que [d'un coaching de CV en juin 22](#) pour les lycéens futurs étudiants en But 1 (juste après la sortie des résultats Parcours sup)
- l'encadrement administratif et gestion des conventions sur Pstage et Moodle : instauration [d'un circuit zéro papier](#) dans le cadre de l'organisation de l'éditions, signatures par les différentes parties prenantes et envoi aux entreprises des conventions de stage.
- la gestion des relations avec les entreprises pour susciter des offres et identifier des missions d'alternance en lien avec les parcours du BUT.

Utilisation de ressources pédagogiques

Depuis 2006 le dispositif de pédagogie inversée utilisé pour les DUT 1 puis les BUT 1 s'appuie selon le choix de l'étudiant sur les ressources d'IUT en ligne puis les vidéos du MOOC mentionné dans la synthèse.

En complément des éléments relatifs à la mise en ligne de cours, le site [pfrproduitfilrouge.com](#) constitue un environnement numérique d'apprentissage pour mes étudiants de BUT 1 et 2. Ils y trouvent des grilles d'évaluations, des conseils de réalisation des travaux demandés, des éléments méthodologiques sur les procédures de travail et d'organisation personnelle.

Fabrication de ressources pédagogiques

- 2022 : Grâce à l'accompagnement procuré par le soutien à l'alignement pédagogique dont j'ai bénéficié, l'ensemble du dispositif d'accompagnement numérique est par une [infographie](#) représentative d'un parcours en douze étapes¹² En cliquant sur chaque case, l'étudiant retrouve l'ensemble des acquis d'apprentissages correspondant, les activités à réaliser, les ressources à consulter et des conseils. Les grilles d'évaluation sont également en ligne.
- Septembre 2016 – mai 2018 : Co-Conception, production et animation d'un Mooc intitulé « Apprendre le marketing autrement » sur la plateforme Fun. La première partie s'est déroulée entre le 2 octobre et le 9 décembre 2017, la seconde partie entre le 26 mars et le 11 mai 2018. Ce Mooc de onze semaines au total comporte 64 capsules vidéo soit une durée totale de 6 heures cinquante et 440 diapositives. Il a pour objectif de diffuser la méthode pédagogique P.F.R. afin de renforcer sa visibilité, de l'ouvrir au grand public et de l'inscrire dans les processus de Formation Tout au Long de la Vie. Cette démarche répond aussi à l'engagement pris auprès du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche de diffuser largement la pédagogie primée par PEPS
- A l'exception de l'enregistrement du teaser et de la mise en ligne sur la plateforme et de la relation avec Fun assurés par la MAPI, ce Mooc a entièrement été conçu, produit et animé par

¹² <http://pfrproduca.cluster020.hosting.ovh.net/but-1/>

ses auteurs de manière personnelle et sans aucune valorisation financière ou décharge de service institutionnelle.. Ma participation à la conception et à la production est de 50 % et ma participation à son animation représente 220 commentaires pendant la première période. De nombreuses remarques portant sur la satisfaction qu'il a générée ont été exprimées. Par ailleurs ce MOOC s'inscrit dans les pistes d'évolutions suggérées pour l'ingénierie pédagogique des MOOC puisqu'il propose une personnalisation à la fois organisée par les auteurs et opérée par le participant. En effet il propose deux possibilités de participation aux apprenants. D'une part un parcours « classique » autonome (visualisation des cours, auto entraînement à partir de QCM, participation à des animations collectives et à un forum par thème) qui donne lieu à la délivrance d'une attestation de suivi avec succès. Mais un parcours plus original est également proposé – à savoir d'imaginer une idée de produit nouveau et de s'inscrire dans un parcours tutoré leur offrant ainsi la possibilité de suivre la méthode "apprendre le marketing autrement" dans le cadre du MOOC. L'originalité de ce parcours est qu'il propose une certification par compétences pour chaque partie.

- 2006 : conception et mise à disposition d'un campus numérique – IUT en ligne - de huit modules de cours sonorisés. Ces modules ont permis l'organisation de cours à distance depuis septembre 2006 auprès des étudiants de seconde année de l'IUT Tech de Co, puis la mise en place d'une pédagogie inversée sur l'ensemble de mes enseignements depuis septembre 2013. J'ai réactualisé ces modules en 2014¹³. L'expertise développée via cette pratique pédagogique m'a conduit à participer au projet de recherche intitulé « Gestion de la Connaissance dans des Contextes Professionnels d'Apprentissage » porté par l'ESPE d'Aquitaine. Dans ce cadre, j'ai proposé un exemple de ressource numérique conçue à partir d'une thématique issue d'une liste de priorités méritant un développement de ressources formatives, issue des observations menées sur le terrain.

Participation au pilotage de projet pédagogique

2021 : membre du projet EQAE sur la mise en œuvre de l'évaluation qualitative à Université de Bordeaux ; participation régulière à des groupes de réflexion sur la mise en œuvre de l'évaluation qualitative. Ces réflexions se sont appuyées sur l'étude de la littérature et des principaux systèmes d'évaluation à l'international et l'expérience pédagogique des participants.

Diffusion, rayonnement, activités internationales.

- **2020** : l'ensemble de ma pratique pédagogique a été retenu par FNEGE Media et Aunege pour la publication d'une **vidéo Apprendre le marketing autrement** : 20 ans de pratique réflexive en pédagogie du marketing¹⁴ diffusée auprès de la communauté des enseignants en Science de Gestion
- **2019** : labellisation FNEGE du dispositif pédagogique Produit Fil Rouge. Cette labélisation est une reconnaissance par la communauté des enseignants ne Sciences de Gestion et un vecteur de rayonnement.
- **2 octobre - 9 décembre 2017, 26 mars - 11 mai 2018**

Le Mooc diffusé renforce la présence de l'Université de Bordeaux sur FUN. Il a en particulier a été sélectionné en septembre 2017 pour être présenté dans le cadre de la journée « adopte un Mooc » organisée par la [Cité des Sciences à Paris](#)¹⁵. Il a été proposé en accès libre mais sans

¹³ Modules numéro 267, 270, 272, 371, 378, 379, 1420 et 1421.

¹⁴ <https://www.iutenligne.net/catalog/diplome/techniques-de-commercialisation/marketing-mercatique?lrt=cours&level=All>

14 janvier 2020

<https://fnege-medias.fr/apprendre-le-marketing-autrement-20-ans-de-pratique-reflexive-en-pedagogie-du-marketing/>

¹⁵ <http://www.cite-sciences.fr/fr/au-programme/lieux-ressources/bibliotheque/evenements/adopte-un-mooc/> et

animation, pendant le confinement de mars 2020. Les caractéristiques de cette pédagogie permettent de toucher tous types de publics. La méthode P.F.R. est en effet mise en pratique auprès de publics diversifiés (étudiants en seconde année de formation initiale, en formation continue, en alternance, année spéciale, en licence, formation aménagée pour sportifs de haut niveau). Elle peut être déclinée de façon modulable pour des formations tout au long de la vie. Ainsi, notre approche P.F.R. peut s'adapter à une diversité de profils et répondre tant aux attentes des jeunes en formation initiale qu'à celles des individus en recherche de formation tout au long de la vie¹⁶. Cette situation génère un rayonnement auprès de différents publics. Ce Mooc a obtenu plus de 7000 inscrits, l'étude de leur répartition a montré que la moitié n'étaient pas français et que 92 pays étaient représentés.

- 2016 : Prix PEP S Ce prix a été décerné par un jury international qui a examiné 192 candidatures. Cette récompense a permis d'initier des échanges avec des chercheurs en pédagogies au Canada et d'être invitées au prochain Congrès de l'Association Québécoise de Pédagogie Collégiale. Grâce à ce prix, cette méthode fait depuis 2016 l'objet d'une expérimentation de transfert auprès des étudiants du Master « Management International des Projets et Produits Action Sports – Sports de Glisse » dans le cadre du projet Plateforme Océan Expérience. L'internationalisation de cette expérimentation auprès d'un public espagnol a été envisagée mais annulée à cause de la crise sanitaire. On trouvera en [annexe 5](#) les justificatifs des éléments relatifs au rayonnement de la pédagogie.
- En octobre 2016, mon implication dans la structure universitaire bordelaise a été récompensée par l'obtention du Talent U en pédagogie, dont le critère d'attribution était fonction de la contribution « au rayonnement de l'Université de Bordeaux dans la région, en France et dans le monde »

Activité scientifique

Présentation synthétique des thématiques de recherche : grands axes de recherches et apport dans le ou les domaines concernés¹⁷.

Recherche disciplinaire : de la distribution physique à l'intermédiation virtuelle

Une expérience professionnelle en entreprise (cf. rubrique synthèse de la carrière) a orienté dès la thèse mes préoccupations de recherche sur l'analyse des interactions entre les acteurs d'un canal de distribution industriel et leur influence sur le fonctionnement de ce dernier. Dans le cadre de ce travail doctoral, j'ai **identifié le concept de « résistance »** du distributeur et montré pourquoi et comment ce dernier pouvait devenir un acteur offensif (18, 63). Par la suite, j'ai décrit les stratégies marketing qu'il pouvait développer auprès d'un double marché, à l'aval de la filière bien sûr mais également en amont et j'ai également **mis à jour** l'importance de la dimension servicielle du fabricant vers son distributeur pour la stabilité de leur relation (3). Parallèlement au contexte d'intermédiation interindustrielle, je me suis également intéressée à d'autres situations spécifiques telles que celle de l'exportation de l'offre d'une PMI ou de la commercialisation du vin de Bordeaux (9)¹⁸. Là encore, mes résultats mettent à jour des stratégies d'acteurs qui conditionnent des processus de transformation des canaux de distribution. Par exemple, j'ai **validé** une classification des types de relations entre une PMI et son importateur(43), **identifié** les stratégies alternatives de distribution susceptibles d'être mises en place par les viticulteurs et mobilisé une **approche originale** pour souligner la diversité des stratégies de création de valeur d'un négociant en vin(24).

<https://www.dailymotion.com/video/x6c0kf2>

¹⁶ Ce point a été confirmé par l'analyse du profil professionnel des inscrits au MOOC.

¹⁷ Les numéros entre parenthèse constituent des exemples de travaux significatifs et renvoient à la liste complète des publications proposée en annexe 2 ; un lien hypertexte est inséré dans le cas d'une lecture à l'écran

¹⁸ La recherche sur la commercialisation du vin constitue l'un des axes thématique de l'IRGO.

Les incidences des technologies dites nouvelles sur les circuits de distribution commerciaux –thème initial de mes recherches - elles m’ont incité à m’intéresser au caractère virtuel de l’intermédiation en analysant tout d’abord les enjeux des stratégies de type multicanal (1, 2 13). Au fil du temps, la multiplication des points d’interaction avec le consommateur, (des magasins physiques aux ordinateurs, smartphones, tablettes, et via des sites, des applications et des réseaux sociaux) a orienté mes travaux dans la perspective conceptuelle élargie de l’omnicanalité¹⁹ Mes résultats permettent essentiellement **de mieux connaître les facteurs de performance de l’intermédiation commerciale virtuelle**. Par exemple *je viens de m’intéresser, aux bénéfices et sacrifices* perçus dans le cadre de l’utilisation d’une application d’enseigne par le consommateur (4). Ces travaux justifient mon rattachement à l’axe thématique « numérique » de l’IRGO.

En matière de méthodologie, j’ai initialement adopté une approche quantitative conformément à la majorité des travaux menés à l’époque sur la distribution. Cependant, j’ai également eu recours à des approches qualitatives, par exemple à des études de cas lorsque mes objectifs consistaient à comprendre les spécificités d’un contexte ou à des modes de recueil de données via des interviews non directifs pour interpréter des comportements. (5,16) Enfin, j’ai constitué de manière originale des corpus de données textuelles à partir de publications et de commentaires sur une page Facebook ou d’avis déposés sur des plates formes de téléchargement d’application qui a donné lieu à une analyse de contenu. (1, 4)

Recherche éducative :

En parallèle mes initiatives pédagogiques m’ont progressivement sensibilisée à la démarche du « *Scholarship of Teaching and Learning*²⁰ » dans laquelle je me reconnais pleinement aujourd’hui. Elle consiste à s’interroger de manière systématique à propos de sa pratique d’enseignement, des apprentissages de ses étudiants tout en articulant ces investigations aux connaissances en éducation et en communiquant publiquement sur ce questionnement. Est-il possible d’améliorer la motivation des étudiants dans leur apprentissage du marketing (7)? J’y ai apporté des éléments de réponse en concevant une méthode combinée de plusieurs techniques pédagogiques récompensée par un prix ministériel d’excellence pédagogique reconnu « *comme une production au sens scientifique du terme* » (cf. annexe 4). Cette interrogation a été le point de départ de communications publiques, auprès des communautés disciplinaires en Sciences de l’Education et en Sciences de Gestion (par exemple 30 49, 50 et 56). Par ailleurs je viens de *coécrire une publication réflexive témoignant de vingt années de cheminement pédagogique* (19)

En parallèle avec des travaux de type « retour d’expériences » issue de ma pratique de pédagogie inversée et d’approche par les compétences, je me suis intéressée à des thèmes plus conceptuel comme la pédagogie d’accompagnement et ses incidences éthiques (23). Je cherche mobiliser les grilles d’analyses des Sciences de Gestion pour éclairer certaines problématiques en pédagogie. Par exemple en utilisant le modèle théorique de la servuction pour décrypter le rôle de l’étudiant dans sa relation avec l’enseignant. (21). Ce travail m’a ensuite permis d’être sollicitée pour rédiger une définition de la servuction pédagogique dans une encyclopédie américaine sur les Services (22).

Je viens de prendre contact avec le Réseau de Recherche Néo-Aquitain sur le numérique pour l’éducation, mis en place en 2022. Cette démarche est en cohérence avec mon rattachement à l’axe thématique « numérique » de l’IRGO.

L’un des axes de recherche de ce projet concerne « l’appropriation du numérique par les acteurs de l’éducation »²¹ Je pense que mes travaux en gestion sur l’analyse des facteurs de performances des

¹⁹ Le concept d’omnicanal désigne désormais la création d’une expérience client cohérente au travers de l’ensemble des points de contact commerciaux (D. K. Rigby, ‘The Future of Shopping’, *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2011/12/the-future-of-shopping>).

²⁰ N. Rege Colet et al. 2011, « Le concept de Scholarship of Teaching and Learning », *Recherche et formation* [En ligne], 67.

²¹ Ce réseau vient de conclure sa phase d’amorçage et il ne m’est pas possible, dans ce rapport de décrire plus précisément les projets envisagés compte tenu du délai imparti entre l’appel à candidature et le date de dépôt de ce dossier. Des précisions seront bien sûr apportées dans le cas d’une éventuelle audition

intermédiations digitales peuvent apporter un éclairage complémentaire pour aider à la compréhension de l'appropriation du numérique par les enseignants. Par ailleurs, je travaille actuellement sur un article proposant une comparaison de deux types de pédagogie (transmissif et accompagnant) à l'aide de modèles d'analyse entrepreneuriale. Cette analyse comparative peut déboucher sur des dispositifs d'accompagnement des enseignants pour leur processus de transformation pédagogique

Publications et productions scientifiques : présentation, en quelques lignes, des 5 publications (ou brevets, logiciels, compte rendus, rapports) jugées les plus significatives

Comme je l'ai expliqué en introduction, j'ai toujours cherché à concilier dans ma pratique de recherche la perspective de son utilité sociale, et les référentiels de la communauté scientifique, Le tableau ci-dessous propose ainsi une classification thématique de 5 contributions à dominante conceptuelle ou opérationnelle. Les numéros renvoient à la liste complète sur la période.

Tableau 1. Récapitulatif de mes contributions scientifiques significatives

I.

	Recherche disciplinaire : intermédiations physiques et virtuelles	Recherche éducative : pédagogie du marketing
<i>Contributions à dominante conceptuelle</i>	Analyse de la valeur des applications d'enseigne (6) : identification des bénéfices et des sacrifices perçus par le consommateur pour l'usage des applications proposées par les enseignes de grandes surfaces.	Article encyclopédique définissant « la servuction pédagogique » : le concept gestionnaire de servuction revisitée sous une perspective de relation pédagogique (22)
<i>Contributions à dominante opérationnelle</i>	Analyse de la perception par le consommateur des applications d'enseignes (4) : applications managériales à propos de la conception de ces applications et de leur usage par le consommateur dans le magasin	Analyse des perceptions, par les étudiants, des enseignements en distanciel et en présentiel (49) Analyse réflexive d'un cheminement pédagogique (19)

Encadrement doctoral et scientifique

2015 Imed MEDJROUBI : "L'influence des traits de personnalité sur la perception et le traitement du risque, en situation de choix de consommation". Soutenue le 12 décembre 2022

2015 Feddane WISSEM : " L'influence de l'expérience en magasin sur le consentement à payer du consommateur et son intention de fidélité : l'effet modérateur du recours au commerce connecté " (Co-encadrement avec Catherine Viot) Soutenue le 29 avril 2021

2015 Karen BENGUIGUI GEITZHOLZ : "Impact des achats durables sur la création de valeur."

Soutenu le 16 décembre 2019

Diffusion et rayonnement

Activité éditoriale

Membre du comité de rédaction de la revue *Études & Pédagogies* Open Lab IN'Pact Université de Bordeaux.

Première parution 2ème trimestre 2023

2017 -2021 : diffusion du savoir (vulgarisation). Sélection et présentation de texte scientifique dans le cadre du partenariat entre le Club Commerce Connecté et l'IRGO. Confrontation de l'état de l'art scientifique avec les pratiques professionnelles. Une dizaine de présentations au total de ma part.

2005. Membre du jury de Jean-Michel Balasque. « Contribution à l'analyse de l'influence de l'image de l'entreprise fournisseur sur la formation des préférences en milieu industriel » sous la direction du Professeur Bertrand Saporta. Université Bordeaux.

Contrats de recherche évalués suite à appel à projet

- 2003-2006 Région Aquitaine Vers un outil de mesure de l'intégration du site marchand dans la stratégie 4000€
- 1999-2000 Région Aquitaine « L'évolution du système d'offre électronique » 70 000 F (58)
- 1996 Ministère de l'Enseignement Supérieur Aide individuelle à la recherche 6 000 F
- 1996 Ministère du Commerce de l'Artisanat et des Petites et Moyennes Entreprises « L'interface fabricant distributeur en milieu industriel ». 60 000 F (59)
- 1993 Comité scientifique FNEGE AFM « L'étude des spécificités de la stratégie marketing des PME à l'échelon international » .15 000 F (60)

Autres Responsabilités scientifiques

2006-2014 Responsable de la recherche au département Technique de commercialisation (concerne environ 11 enseignants chercheurs, 2 allocataires de recherche) (61)

- Gestion du budget (financement de déplacement et participations à des congrès, achats d'ouvrages ou de revues spécialisées, aide à la publication).

Membre du comité d'organisation du colloque « Supply chain et nouvelles technologies, vers de nouveaux système d'offre ? » organisé par l'I.U.T. Montesquieu le 26 Octobre 2000.

Responsabilités collectives et d'intérêt général

Présentation synthétique des activités exercées

Comme indiqué par la synthèse de mon parcours professionnel je me suis impliquée par choix personnel dans la transformation pédagogique bien avant que ce ne soit valorisé. Cela m'a amenée à orienter une partie de mes recherches sur la pédagogie. J'ai choisi de m'investir dans des responsabilités collectives lorsque des opportunités en cohérence avec mon cheminement se sont ouvertes à l'Université de Bordeaux. J'ai ainsi déposé ma candidature et je suis devenue membre du dispositif Compagnon depuis sa création. En parallèle j'exerce notamment des responsabilités relatives à l'insertion des étudiants à profils spécifiques.

Engagements relatifs aux projets de l'établissement

Interlocutrice cellule PHASE²² pour le département Tech de Co Bordeaux depuis la création de la cellule (2016). Cette responsabilité recouvre en particulier :

- le rôle d'articulation entre les **logiques de l'Université inclusive et les contraintes de la pédagogie d'un cursus en BUT** (assiduité pour tous les cours et TD, volume important de cours, stage obligatoire, contrôle continu et absence de seconde session)
- entre 2019 et 2022 : l'accompagnement de six étudiants en parcours d'étude aménagé sur trois ans (3 pour raison médicale et trois sportifs de haut niveau), aide au choix des cours à suivre, contrôle de gestion de leur assiduité, coordination avec l'équipe enseignante (27 collègues).
- entre 2019 et 2022 : les suivis annuels d'une dizaine d'étudiants bénéficiaires de tiers temps pour la mise en place de leur évaluation depuis 2019 ; diffusion des adaptations de contrôle continu à l'équipe enseignante (27 collègues), suivi des étudiants pour vérifier que leurs attentes sont respectées.

Responsabilités et mandats locaux:

Depuis 2010 : **membre élue au conseil du département** Techniques de Commercialisation de l'IUT de Bordeaux

2014 : **membre élue au Conseil d'administration de l'IUT Bordeaux Montesquieu** jusqu'à sa fusion avec les autres IUT bordelais (2016).

2004 -2006 : Membre élue au Conseil Scientifique de l'ex Université Bordeaux 4

Responsabilités et mandats nationaux

Participations à des comités de sélection :

2017 : recrutement d'un MC IAE Limoges

2013 : recrutement de deux MC IUT de Bordeaux Bastide

Autres responsabilités

Depuis septembre 2021 : **membre du dispositif de compagnonnage de l'Université de Bordeaux**²³

Cette participation consiste « à assurer à mon initiative et/ou sur sollicitation de la MAPI et/ou des enseignants-chercheurs » différentes missions²⁴. Le thème sur lequel je peux être sollicité en matière d'accompagnement porte sur « l'accompagnement à la pratique de l'approche par compétence et à la posture pédagogique ». Mes principales actions en tant qu'enseignant-pair accompagnant sont :

- Décembre 2022 : **entretien de conseil pédagogique** auprès de Warda El Fardi dans le cadre de son programme de formation des maîtres de conférences stagiaires. Les échanges ont porté sur la mise en place du BUT et de ses implications, notamment de la difficulté de mettre en œuvre des activités pédagogiques transversales (appelées SAé dans le BUT) et de l'évaluation. Cela concernait en résumé l'alignement pédagogique.

²² L'Université de Bordeaux met en place des dispositifs spécifiques pour accompagner les étudiants en situation de handicap tout au long de leur parcours universitaire <https://www.u-bordeaux.fr/formation/accompagnement-et-reussite-des-etudes/etudiants-besoins-specifiques>

²³ Le dispositif de compagnonnage a été mis en place depuis septembre dernier afin d'accompagner les enseignants dans l'évolution des pratiques pédagogiques. Aujourd'hui il compte 28 enseignants experts qui se proposent de partager leur expérience et leur expertise. <https://personnels.u-bordeaux.fr/Actualites/Metiers/Le-compagnonnage-pour-transformer-ses-pratiques-pedagogiques>

²⁴ Extrait de ma lettre de mission : organisation de séances de formation

-organisation de temps d'échange thématiques

-accompagnement individuel

-accompagnement d'équipes

-production de ressources

-appui aux projets pédagogiques

- Septembre 21, Février, Juillet, octobre et décembre 22 : participation à des séminaires d'échange²⁵. [Réflexion sur le rôle de l'accompagnement, les attentes des enseignants, les effets dans les enseignements de l'application des éléments structurants de l'offre de formation de l'Université de Bordeaux](#) (Note ACOF)²⁶ afin de procurer à MAPI des retours d'expérience d'enseignants
- Mai 22 : conception et animation d'un webinaire. Ce mode d'accompagnement consiste à présenter un sujet maîtrisé par l'animateur, puis à animer un échange de questions/réponses²⁷. Le webinaire intitulé « [Recentrer l'évaluation sur sa valeur formative](#) »²⁸ comportait deux points :
 - -la création des conditions d'une situation d'apprentissage et de son évaluation dans le cadre d'une approche par compétence APC ;
 - -la présentation des différentes modalités d'accompagnement des étudiants dans leur parcours d'apprentissage tant dans l'acquisition des compétences que dans leurs modalités d'évaluation.

Une trentaine de personnes se sont inscrites ce qui correspond à une participation jugée satisfaisante par MAPI pour ce type de retour d'expérience. L'ensemble de la présentation et des questions réponses a duré une heure trente.

- Mai 2023 : un autre webinaire sur le thème de l'évaluation par les pairs est programmé

[Rapporteuse en](#) 2021 et 2022 : dossier de M. Seghir ZERGUINI, candidat à l'échelon exceptionnel de la Hors Classe des Maîtres de Conférences.

Depuis 2017 : [représente les enseignants-chercheurs](#) de l'équipe de recherche marketing au conseil de l'IRGO.

²⁵ Durée une journée e à chaque fois

²⁶ Programme NewDEAL – déploiement de la phase II ACOF : éléments de transformation déterminants pour l'évolution de l'offre de formation et expérimentations levier

²⁷ D'après « Présentation dispositif de compagnonnage » Séminaire de rentrée 2022

²⁸ En collaboration avec Laurence Chérel

Annexe 1 : Tableau des enseignements

Année	niveau	diplôme	Intitulé	type de formation (1)	nature (2)	effectifs	volume horaire annuel
2022/2023	2ème année	BUT	Ressource R3.01 : marketing mix 2 Ressource R4.01 : Stratégie marketing	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et PASS BUT	Totalement en présentiel	2 groupes de 28 et promo de 150	60H TD dont 30 en anglais en formation initiale
2022/2023	1ère année	BUT	Ressource R1.01 : Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur Ressource R2.01 : Marketing mix - 1	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et PASS BUT	Totalement en présentiel	2 groupes de 28 et promo de 150	92h TD dont 46 en anglais en formation initiale
2021 /2022	1ère année	BUT	Ressource R1.01 : Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur Ressource R2.01 : Marketing mix - 1.	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et DUT en un an	TD en présentiel (pédagogie inversée)	2 groupes de 28 et promo de 150	92h TD dont 46 en anglais en formation initiale
2020/2021	1ère année	DUT	Fondamentaux du marketing Concepts et stratégies marketing Marketing stratégique et opérationnel	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et DUT en un an	Semestre 1 en distanciel sur zoom semestre 2 en hybride ²⁹	2 groupes de 28 et promo de 150	92h TD dont 46 en anglais en formation initiale
2019/2020	1ère année	DUT	Fondamentaux du marketing Concepts et stratégies marketing Marketing stratégique et opérationnel	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et DUT en un an	Semestre 1 en présentiel semestre 2 entièrement en distanciel sur zoom	2 groupes de 28 et promo de 150	92h TD dont 46 en anglais en formation initiale
Jusqu'en 2019	1ère année	DUT	Fondamentaux du marketing Concepts et stratégies marketing Marketing stratégique et opérationnel	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et DUT en un an	Présentiel	2 groupes de 28 et promo de 150	92h TD dont 46 en anglais en formation initiale
2019/2022	2ème année	DUT	Mémoire de fin d'études et de stage	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et DUT en un an	Encadrement de l'étudiant dans la rédaction de son mémoire et visite de stage, jury de soutenance	20 chaque année	
Une	1ère	BUT	Animation de	Formation initiale	En présentiel	Promo	35h

²⁹ Un demi groupe en présentiel distanciel et l'autre demi groupe sur zoom en simultané

semaine en Septembre 2022	année		simulation de gestion Jeux sérieux Arkhé	/Formation en alternance / Formation continue et PASS BUT			
Une semaine en Juin 2022	2 ^{ème} année	BUT	Animation de simulation de gestion Jeux sérieux Arkhé	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et PASS BUT	En présentiel	Promo	35h
Une semaine en Juin 2021	2 ^{ème} année	BUT	Animation de simulation de gestion Jeux sérieux Arkhé	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et PASS BUT	En présentiel	Promo	35h
2019/2022	2 ^{ème} année	DUT	Animation de simulation de gestion Jeux sérieux Arkhé	Formation initiale /Formation en alternance / Formation continue et DUT en un an	En présentiel et en distanciel en juin 2020 et hybride en 2021	Promo complète 150	35 h
2018/2022	3 ^{ème} année	Bordeaux Sciences Agro,	Marketing agroalimentaire	Formation d'ingénieurs	En présentiel puis distanciel depuis 2020	15	15
2016/2021	M1	Master « Management International des Projets et Produits Action Sports – Sports de UB	Fondamentaux marketing stratégique	Formation initiale /Formation en alternance /	En présentiel puis distanciel en 2020 et 2021	30	20
2021 et 2022	L3	LP Licence professionnelle Organisation, management des services de l'automobile	Fondamentaux marketing stratégique	Formation en alternance	distanciel	20	20
2006-2013	L3	Licence Pro Métiers de l'Achat IUT Bordeaux	Les spécificités du marketing du vin et de son négoce	Formation en alternance	Cours présentiel	30	6
Depuis 2010	L3	Licence Pro Entrepreneuriat, IUT Bordeaux	Les enjeux du digital en contexte entrepreneurial	Formation initiale	Cours présentiel	25	6
Depuis 2000	L3	Licence Pro Management E-Commerce, IUT Bordeaux	Le comportement de l'internaute	Formation en alternance	Cours présentiel	30	6
2000-2013	M2	Master 2 Marketing IAE Université Bordeaux 4	Marketing b to b	Formation initiale	Cours présentiel	30	6

2011-2013	M2	Master 2 Marketing IAE Université Bordeaux 4	Les enjeux des TIC en marketing industriel	Formation initiale	Cours présentiel	30	3
2008-2012	M2	Master 2, Université Bordeaux 4	La distribution dans le domaine de l'Édition	Formation initiale	Cours présentiel	10	6

[Retour rapport d'activité](#)

Annexe 2 : Liste des travaux et publications

Dans le cas des productions pour lesquelles j'ai travaillé en équipe, l'ordre alphabétique des auteurs a été retenu pour les citations. Ceci, pour signifier que chaque auteur a contribué à part égale.

Articles dans des revues internationales à comité de lecture :

- 1 Lafaysse L., **Lapassouse Madrid C.**, 2016, "Facebook and sustainable development: a case study of a French supermarket chain", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 44, 560 - 582
- 2 Lapassouse Madrid C, 2012, « Evaluer un site internet : une approche par le modèle G.R.P. » *Electronic Journal of Digital Enterprise*, july, 33.
- 3 Lapassouse Madrid C., 2003, « The Importance Attributed to the Service Dimension by Industrial Goods Manufacturer: The Conclusions from an Empirical Study », *The Service Industries Journal*, January.

[retour recherche disciplinaire](#)

Articles dans des revues nationales à comité de lecture :

- 4 **Lapassouse Madrid C.**, Vlad M. 2022, « Les applications d'enseigne : une comparaison de la valeur communiquée et de la valeur perçue » *Décisions Marketing*, 106, 53-72
- 5 Krémer F., **Lapassouse Madrid C.**, 2016, « Distribution directe et création de valeur : le cas de la vente de vin », *Systèmes alimentaires - Food Systems (Ex Economies et Sociétés)*, 1, 97-121
- 6 **Lapassouse Madrid C.**, Vlad M, 2016, « Courses connectées : un cas de destruction ou de création de valeur pour les clients et les distributeurs ? » *Décisions Marketing*, 84, 43-59.
- 7 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2016, « Les motivations à apprendre des étudiants et l'enseignement du marketing : une analyse via la théorie de la distance transactionnelle en formation " *Décisions Marketing*, 83, oct-dec, 49-68.
- 8 Lafaysse L., **Lapassouse Madrid C.**, 2015, « De l'opportunité d'une présence sur Facebook : Le cas d'une enseigne de distribution traditionnelle », *Gestion*, 91-102.
- 9 Krémer F., **Lapassouse Madrid C.**, 2007 « La dynamique d'évolution d'un canal de distribution dans un contexte de crise : une application au vin de Bordeaux » *Economies et Sociétés*, 9/2007.

- 10 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2007, « Intégrer les sites web dans les stratégies : concepts et modèles » *Revue Française de Gestion*, 173, avril, 145-155.
- 11 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2004, « Vers un outil d'évaluation de l'intégration d'un site marchand dans l'organisation et la stratégie marketing ? » <http://www.cyber-gestion.com/default.asp> n°10, mars.
- 12 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2001, «Les options de l'intégration d'un site marchand dans la stratégie commerciale: l'exemple des vins de Bordeaux », *Gestion 2000* numéro spécial @business mai- juin, 51-71.
- 13 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2000, «L'intégration d'un site web dans la stratégie marketing: les vins de Bordeaux », *Décisions Marketing*, 19, janv. - avril, 21-28.
- 14 **Lapassouse Madrid C.**, 1999, «L'importance accordée à la dimension servicielle dans la relation fabricant - distributeur de biens industriels : différenciation stratégique ou point de passage obligé?», *Revue Française de Marketing*, 173/174.
- 15 **Lapassouse Madrid C.**, 1997, «Le rôle de la dimension servicielle dans un contexte conflictuel : le cas de l'interaction fabricant - distributeur en milieu industriel », *Revue Française de Gestion*, mars – avril - mai 1997, 2ème trimestre.
- 16 **Lapassouse Madrid C.**, Rispal M, 1996 «La relation PMI exportatrice /interlocuteur local : proposition de classification et illustration », *Gestion 2000*, 91-99.
- 17 **Lapassouse Madrid C.**, Saporta B., 1995, «Les comportements d'intégration du marketing et de la stratégie et leurs influences sur la performance de la petite entreprise : proposition d'un cadre conceptuel préliminaire», *Revue internationale P.M.E.*, vol 8, n°2, 147-174.
- 18 **Lapassouse Madrid** 1991 « Comportement stratégique du distributeur industriel : différenciation ou résistance ?», *Recherche et Applications en Marketing*, Vol 6, n° 2, 99 - 110.

[retour recherche disciplinaire](#)

Ouvrage :

- 19 Chérel.L, **Lapassouse Madrid C**, 2021. *Plaisir d'enseigner, itinéraire de deux martiennes*. Vivre le marketing autrement (Ed) 146 p
- 20 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., **2005**, *La dimension numérique dans la stratégie commerciale : brique.com*, L'Harmattan. (Ed) 302 p.

[Retour recherche éducative](#)

[retour recherche disciplinaire](#)

Chapitres d'ouvrage :

- 21 **Lapassouse Madrid C.**, 2020 ? « La servuction pédagogique dans l'enseignement supérieur : paradoxes et enjeux » in *Management des services : convergences, contrastes et controverses* sous la direction de Gallouj C Paché G. Préface de Stephen L. Vargo. Aix-Marseille Université Editions. 354 p. Ouvrage labellisé par la FNEGE en 2020
- 22 **Lapassouse Madrid C.**, (2022) "The pedagogical servuction in higher education" in *Elgar Encyclopedia of Service Studies*, sous la direction de Gallouj F., Gallouj C., Monnoyer, M.C. Rubalcaba L 310-312, 685 p.
- 23 **Lapassouse Madrid C.**, (2022) " Pédagogie d'accompagnement et éthique de l'enseignant". *Un itinéraire singulier Mélanges en l'honneur de Madame le Professeur Marie-Christine Monnoyer* sous la direction de Igalens J., Lichardos-Guarrigues G., Somme L.T. (dir.) , Institut Catholique de Toulouse 163-176,348 p.
- 24 **Lapassouse Madrid C.**, 2015, « Le négoce du vin à Bordeaux : enjeux concurrentiels et réponses stratégiques » in *Commerce inter-entreprises : les enjeux de l'intermédiation*

Ouvrage coordonné par C. Pardo et G. Paché Ed EMS. *Ouvrage labellisé par la FNEGE en 2016.*

- 25 Lapassouse Madrid C., 2008, « Marketing interindustriel » in *Marketing contextuels*, coll. dirigée par M. Hlady, Dunod.
- 26 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2003 «Les composantes servicielles des systèmes d'offre électronique» in *Nouvelles technologies et innovation dans les services : approches économiques et socio- économiques*, Ouvrage collectif dirigé par F. Djellal et F.Gallouj, Editions L'Harmattan
- 27 Lapassouse Madrid C., 1996, « La relation exportateur / relais local : une approche marketing ?" in *P.M.E. et grands marchés*. Ouvrage collectif dirigé par P.A. Julien, P.Y.Léo, J.Philippe. Ed. L'harmattan.

[Retour recherche éducative](#)

Brevets, licences, logiciels

- 28 Chérel C., **Lapassouse Madrid C** 2002 Le Produit Fil Rouge, méthode déposée pour Apprendre le Marketing Autrement.
- 29 Chérel C., **Lapassouse Madrid C**, 2017, conception, production et animation du Mooc « apprendre le marketing autrement, partie I : octobre-novembre 2017, partie 2 : mars - avril 2018 FUN.

Conférence internationales congrès et colloques avec actes publiés

- 30 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.** 2019, « La création personnelle d'un objet d'apprentissage « aimé » par l'étudiant : un facteur pour stimuler l'engagement ? » Euro SOTL 19 Bilbao, juin
- 31 Lapassouse Madrid C., 2010, « Les enjeux d'un site internet dans un contexte de création d'entreprise : Proposition d'un cadre conceptuel » congrès CIFEPME.
- 32 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2002, « The contribution of digitalization to the internalization of services: reflection based on observations of practices in international services companies in Haute Garonne (France) ». 7ème séminaire International de Recherche en management des activités de Services. IAE Université Aix Marseille III.
- 33 Lapassouse Madrid C., 2002, « Les incidences des T.I.C. sur la chaîne de l'offre » Congrès sur les tendances du marketing en Europe, 25 –26 janvier, www.escp-eap.net
- 34 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C, 2001 « Les apports de la dimension électronique à la politique d'offre : analyse conceptuelle et illustration empirique », Colloque International sur les e-usages., France Télécom, Paris Juin.
- 35 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2000, «Les composantes servicielles des systèmes d'offre électronique», Conférence internationale Economie et socio économie des services. Lille, 23 juin,

[Retour recherche éducative](#)

Conférences internationales, congrès et colloques

- 36 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2015, "Retour d'expérience sur une pédagogie inversée, individualisée et interactive en marketing", Colloque e-Formation des adultes et des jeunes adultes, 3 au 6 juin, Lille

Conférence nationales congrès et colloques avec actes publiés

- 37 **Lapassouse Madrid C.**, Vlad M., 2016, « La valeur perçue des outils digitaux en matière d'achat de vin en GMS » colloque Etienne Thil, Roubaix.
- 38 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2006, « Vers un enseignement virtuel : une innovation pédagogique, l'accompagnement en ligne du produit fil rouge », *Journées Communication Apprentissage Instrumentés en Réseaux, Université de Picardie*, Amiens.
- 39 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 1999, «Le commerce électronique : révolution d'un système d'offre ou circuit de distribution supplémentaire ? L'exemple des vins de Bordeaux. », Colloque Etienne Thill, La Rochelle.
- 40 **Lapassouse Madrid C.**, Rispal M., 1996, « La relation P.M.I. exportatrice /interlocuteur local : proposition de classification et illustration », Congrès de l'Association Française de Marketing, Poitiers.
- 41 **Lapassouse Madrid C.**, 1993, « La gestion de la relation exportateur - relais local : l'analyse d'une dizaine de cas de la région Aquitaine », *Actes du Colloque " P.M.E. - P.M.I. : Développement international*, Aix en Provence, juin 1993.
- 42 **Lapassouse Madrid C.**, 1990 «Contribution d'un modèle de comportement stratégique du distributeur à l'analyse de l'évolution des canaux de distribution de produits industriels : le cas des fournitures industrielles », Congrès de l'Association française de Marketing, La Baule.
- 43 **Lapassouse Madrid C.**, Rispal M., 1998, La relation P.M.I. - interlocuteur local : validation d'une classification à partir d'une étude longitudinale intégrative», *Actes du Congrès de l'Association Française de Marketing*. Bordeaux
- 44 Lapassouse Madrid C., 2003, « Les enjeux de l'intégration d'un site Internet dans le circuit de distribution d'une entreprise. Actes du colloque MSTM, Bayonne

[Retour recherche éducative](#)

Conférences nationales, congrès et colloques

- 45 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2016 « Apprendre autrement le marketing : prix PEPS 2016 » Poster présenté au Colloque La recherche au service de l'apprentissage et de l'enseignement dans le supérieur, 24 et 25 mai, Idéfi Paré, Université de Poitiers.
- 46 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2012 « Le produit fil rouge : une innovation pédagogique personnalisée interactive », 3ème colloque ADIUT Pédagogie et Professionnalisation, Montpellier
- 47 Krémer F., **Lapassouse Madrid C.**, 2008, « Distribution et contexte de crise, le cas du vin de Bordeaux » Communication lors de la journée du marketing du Vin, Bordeaux 4.
- 48 Lapassouse Madrid C., 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.
- 49 Chérel L, **Lapassouse Madrid C.**, 2021. « Distanciel versus présentiel : perceptions comparées des étudiants » Colloque CLIC (Congrès DES CLASSES Inversées ET Pédagogies ACTIVES) Juillet
- 50 Chérel L, **Lapassouse Madrid**, 2020. « Comment favoriser les émotions positives et la réussite de l'apprenant ? » Colloque CLIC (Congrès DES CLASSES Inversées ET Pédagogies ACTIVES) Octobre
- 51 Chérel. L, **Lapassouse Madrid C.**, 2020 « Comment favoriser les émotions positives et la réussite de l'apprenant en le rendant acteur de ses modalités d'évaluation ? » Colloque PRUNE Juin, Perspectives de recherche sur les usages du numérique dans l'Éducation.
- 52 **Lapassouse Madrid C.** Vlad M. (2020), Valeur perçue, valeur voulue: le cas des applications d'enseigne. Congrès AFM 2020
- 53 Chérel C., Lapassouse Madrid C. "Perd-on son "âme pédagogique" en animant un

- MOOC ?", Semaine du Management 2018 FNEGE 25 mai.
- 54 Chérel C., Lapassouse Madrid C., 2017 « La pédagogie d'accompagnement : questionnements autour des nouvelles postures de l'enseignant », Agora IAE, Digital & Management : quelle innovations numériques pour la pédagogie, la recherche et les équipes opérationnelles ? » 14 au 16 juin, Lyon.
 - 55 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2017 «La pédagogie d'accompagnement : questionnements autour des nouvelles postures de l'enseignant », Agora IAE, Digital & Management : quelles innovations numériques pour la pédagogie, la recherche et les équipes opérationnelles ? », 14 au 16 juin, Lyon.

[Retour recherche éducative](#)

Autres :

- 56 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2023 « Les incidences d'une évaluation formative sur la perception des étudiants d'une évaluation sommative : un retour d'expérience » *Etudes & Pédagogies* Université de Bordeaux (à paraître)
- 57 Lapassouse Madrid C, 2001, *La dynamique des canaux de distribution interindustriels et les incidences des technologies de l'information et de la communication sur la chaîne de l'offre*, Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de Gestion soutenue le 11 décembre, dirigée par le Professeur Saporta, Université de Bordeaux IV.
- 58 Lapassouse Madrid C., 1999, « Le commerce électronique comme facteur de développement des P.M.E » Région Aquitaine.
- 59 Lapassouse Madrid C., 1998 « L'interface fabricant - distributeur en milieu industriel », Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce et de l'Artisanat, Novembre.
- 60 Lapassouse Madrid C., 1993 «Les spécificités de la stratégie marketing des P.M.E. à l'échelon international», 'Association Française de Marketing, Juillet
- 61 Lapassouse Madrid C., «Un exemple d'organisation de la recherche en département Techniques de Commercialisation», *Actes du Congrès La recherche dans les IUT*, Nancy, 1992.
- 62 Lapassouse C., 1991, «La gestion flexible des ressources humaines : les contraintes sur la démarche marketing», *Cahiers du Leras*, 23, 85 - 92.
- 63 Lapassouse C., 1989, *Contribution à l'étude des facteurs d'évolution des canaux de distribution de produits industriels : l'exemple des fournitures industrielles*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion (nouveau régime), soutenue le 7 Juillet 1989, dirigée par le Professeur Saporta, Université de Bordeaux I. [retour recherche disciplinaire](#)
- 64 Lapassouse C., *Le commerce enclavé : contribution à une réflexion sur le cas du commerce de gros interindustriel*. Projet de thèse en vue de l'obtention du D.E.A. Sciences de Gestion., I.A.E. Université de Bordeaux I, 1986

Annexe 3 : Liste des directions et codirection de thèses

- *Thèses soutenues (en précisant, date début, date fin, taux de co-encadrement et co-encadrants, les publications, le devenir des docteurs)*
 - Karen BENGUIGUI GEITZHOLZ : "Impact des achats durables sur la création de valeur." Soutenue le 16 décembre 2019, débutée en 2015 >>Consultante en achat
 - Feddane WISSEM : " L'influence de l'expérience en magasin sur le consentement à payer du consommateur et son intention de fidélité : l'effet modérateur du recours au commerce

connecté " (Co-encadrement avec Catherine Viot 50 %) Soutenue le 29 avril 2021 débutée en 2016 >>Insertion professionnelle en entreprise

- Imed MEDJROUBI : "L'influence des traits de personnalité sur la perception et le traitement du risque, en situation de choix de consommation". Depuis 2015. Soutenance 12 décembre 2022 >>Insertion professionnelle en entreprise

[Retour recherche éducative](#)

Annexe 4 Lettre directrice générale DESIP à propos du prix PEPS

Annexe 5 : Attestations d'échanges justifiant le rayonnement de la démarche pédagogique

- Echange de mail avec Anne Marie Duval et Mélanie Pagé auteurs en 2014 de *Situation authentique : de la conception à l'évaluation* AQPC, 99 p.
- Echange de mail avec Sophie HERRERA Directrice projet Plateforme Océan Pôle Recherche, International, Partenariats, Innovation Partenariat IdEx BORDEAUX-EUSKAMPUS à propos du développement de la Méthode produit fil Rouge en Espagne
- Echange de mail avec Thierry Garrot, président d'AUGEGE à propos de la portée de notre publication en pédagogie

de	"Mélanie Pagé" <mpage@cegep-ste-foy.qc.ca>	
à	"catherine madrid" <catherine.madrid@wanadoo.fr>	 ajouter à mes contacts
cc	"laurence chere" <laurence.chere@u-bordeaux.fr> ; "Anne-Marie Duval" <amduval@cegep-ste-foy.qc.ca>	 créer une alerte SMS
date	05/05/17 17:59	
objet	Re: Quand la situation authentique voyage	

[voir l'en-tête complet](#)

Bonjour,

Tel que promis, nous vous faisons part de quelques éléments de réponse qui pourront nourrir votre réflexion. Nous sommes heureuses de pouvoir contribuer modestement à vos travaux. Ce sont des pistes que nous avons énoncées sans avoir toutes les particularités de votre contexte d'enseignement. Par ailleurs, si vous sentez le besoin d'échanger davantage sur ces questions, nous pourrions prévoir un rendez-vous Skype.

Nous nous permettons de vous lancer une petite invitation à venir partager au Québec vos expériences. Dans notre réseau collégial, les occasions de partage avec d'autres pays de la francophonie sont somme toute rares. Il est toujours enrichissant d'avoir la chance de voir ce qui se fait ailleurs dans d'autres contextes. Nous vous soumettons l'idée de participer, peut-être l'an prochain, au colloque de l'Association québécoise de pédagogie collégiale (AQPC), un colloque majeur qui regroupe chaque année environ 1500 acteurs clés du Québec en pédagogie collégiale. Nous joignons l'hyperlien de la programmation du colloque de cette année : <http://aqpc.qc.ca/colloque/programme-horaire>, qui vous donnera une idée des parentés pédagogiques entre nos continents.

Au plaisir d'échanger à nouveau avec vous!

Mélanie Pagé et Anne-Marie Duval

--

Mélanie Pagé

Conseillère pédagogique et relais de l'AQPC

Bureau : C-260

Service du développement pédagogique et institutionnel

Tél. | 418 659-6600, poste 3881

 http://www/csf4/fileadmin/communs/images/CSF_sign_courriel.png



De: "Catherine MADRID" <catherine.madrid@wanadoo.fr>

À: "Sophie Herrera" <sophie.herrera@u-bordeaux.fr>

Cc: "Laurence Chere" <laurence.chere@u-bordeaux.fr>

Envoyé: Mercredi 17 Janvier 2018 14:10:32

Objet: SGSE et copie

Bonjour Sophie

[redacted] direct hier

[redacted] un imprimé écran à votre st

[redacted]

Enfin, pourrais-tu nous faire un retour sur la réunion Mapi de la semaine dernière et nous dire si se profilent des prolongements en Espagne dans lequel le PFR pourrait être associé où pas ? Catherine en a notamment besoin puisqu'elle est en train de constituer un dossier d'avancement de grade. **Nous pourrions approfondir ce sujet lors de notre réunion mais je vous confirme que le Projet Plateforme Océan aura un caractère expérimental (y compris au sein du New deal), le principe de l'internationalisation des expérimentations en cours est adopté avec un double accompagnement MAPI/SAE service d'accompagnement pédagogique de l'Université du Pays basque (création d'un COTECH MAPI/SAE Plateforme Océan). Catherine peut ainsi légitimement évoquer l'intégration/développement du PFR dans son dossier.**

Merci d'avance

Bonne journée

A bientôt

> Message du 18/01/18 11:01

> De : Thierry.GARROT@unice.fr

> A : frederique.allard@univ-tlse3.fr, ketty.bravo-bouyssy@univ-tlse3.fr, catherine.madrid@wanadoo.fr, "Laurence Chérel" <laurence.cherel@u-bordeaux.fr>

> Copie à :

> Objet : Participation à la semaine du management

>

>

Bonjour Mesdames,

Je profite de ce début d'année pour vous présenter mes meilleurs vœux pour vous et vos proches pour l'année 2018.

Dans le cadre de la préparation d'une contribution à la SM15 - Les nouveaux défis de la pédagogie en sciences de gestion organisée le 25 mai par la FNEGE, j'ai travaillé avec attention sur vos articles respectifs dans la RFG et dans Décisions Marketing.

J'ai vraiment pu apprécier la capacité transformatrice de vos expériences et la portée structurante, notamment pour la pédagogie, de vos papiers.

Je me demandais si vous aviez envisagé de proposer une contribution à la manifestation de la FNEGE le 25 mai prochain.

Si ce n'est pas le cas, est-ce que je pourrais vous proposer de participer à un atelier en collaboration avec AunEGe autour des dispositifs pédagogiques en sciences de gestion à l'heure du numérique.

Je vous remercie par avance pour vos réponses et je vous adresse mes plus cordiales salutations.

Thierry GARROT

Président



Maître de conférences HDR et HC en Sciences de Gestion à l'Université de Nice Sophia Antipolis (IAE)

AUNEGe

[Retour rayonnement de la pédagogie](#)

