

Dr. Eric Lombardot

INFORMATIONS PERSONNELLES

Statut: Professeur de marketing et de management des opérations,
Poste: Temps partiel
Nationalité: Français
Année d'entrée: Septembre 2009
téléphone: 01 55 18 77 60
Email: ericlombardot@ebs-paris.com

DOMAINES DE RECHERCHE

Comportement du consommateur, persuasion publicitaire, développement durable

ENSEIGNEMENT

Cours de "management des opérations" en M1 et "marketing du développement durable" en électif M1

AFFILIATIONS SCIENTIFIQUES

Association Française du Marketing

PUBLICATIONS DE REVUE (Sélection)

EMAC (European Marketing Academy)

EXPERIENCE ACADEMIQUE

Depuis 2005 Maître de conférences à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

HONNEURS ET RECOMPENSES

Prix AFM/FNEGE 2004 de la meilleure thèse en marketing

FORMATION

2000 DEA Gestion option Marketing, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

2004 Doctorat ès Sciences de Gestion, Université Paris1 Panthéon-Sorbonne

AUTRES

Langue: Anglais professionnel

CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES

Articles dans journaux scientifiques

- (2) Lombardot E. (2010), Ethique du management de projet touristique responsable et solidaire, *Management et avenir*, en cours de soumission.
- (1) Lombardot E. (2007) La nudité en publicité : quelle influence sur l'attention portée à l'annonce et la fonction mémorielle de la marque ?, *Recherche et Applications en Marketing*, 22, 4, 23-41.

Livres

- (2) Lombardot E. (2010), *Le marketing en fiche*, Ellipses (contrat en cours, remise du manuscrit fin septembre).
- (1) Lombardot E. (2009), *Probabilités : cours et exercices corrigés*, Editions Archétype 82

Autres publications (conference, working paper, etc.)

- (6) Nudité et publicité, un état de l'art, 7ème journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, CERMAB-LATEC, IAE Dijon, 13 novembre 2002
- (5) Ethique et publicité : divergences d'intérêts et stratégies d'arrangement opérées par les professionnels de la création publicitaire, 2ème journée Raison(s) et Décision, cycle Philosophie et Management, CLAREE, IAE de Lille, 14 juin 2005
- (4) Influence de la nudité en publicité sur l'attention portée à l'annonce et à la marque, 10èmes journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, CERMAB-LATEC, IAE Dijon, 9-10 novembre 2005
- (3) Le genre en marketing : une application au domaine publicitaire, 1ères rencontres sur la diversité, ANDCP, AGRH, IAS, Université de Corse, Corte, 6-8 octobre 2005
- (2) Influence de la nudité en publicité sur la formation des attitudes, 2ème journée de recherche du CEROS : l'entreprise non conformiste : Sciences de Gestion et pratiques managériales hors des sentiers battus, Université Paris X Nanterre, 19 janvier 2006
- (1) Nudity in advertising, cognitions and affective responses elicited by the ad, with Elisabeth Tissier-Desbordes, EMAC 35th conference, poster session, Athens, 23-26 may 2006