

Marie-Hélène FOSSE-GOMEZ

Adresse professionnelle

IMMD

6 rue de l'Hôtel de Ville

59 ROUBAIX

Courriel : marie-helene.fosse-gomez@univ-lille2.fr

DIPLOMES & FORMATION

1997	Agrégation en Sciences de Gestion
1992	Doctorat en Sciences de Gestion de l'Université Montpellier II
1985	Diplôme EDHEC.

FONCTIONS EXERCEES

Professeur des Universités

Depuis septembre 2000 à l'Université Lille 2

De 1997 à 2000 à l'IAE Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis

Maître de Conférences de 1994 à 1997 à l'Université Lille 2

Assistant-Professeur de 1989 à 1994 à l'EDHEC

Chargée d'Etudes de 1988 à 1989 dans un Cabinet d'Etudes Marketing FORCING (Lille)

Assistante Universitaire de 1985 à 1988 à la FUCAM (Faculté Universitaire Catholique de Mons, BELGIQUE)

ACTIVITES DE RECHERCHE

Direction de 8 Thèses soutenues

V. Delassus (2005) « *La stratégie d'abandon de marque : analyse des transferts de valeurs de la marque abandonnée vers la nouvelle marque* »

N. Ozcaglar-Toulouse (2005) « *L'apport du concept d'identité à la compréhension du consommateur responsable* »

I. Decoopman-Lecleire (2008) « *Echanges de vêtements avec sa fille adolescente : une logique de construction identitaire ?* »

E. Gentina (2008) « *L'adolescente consommatrice à la recherche de son autonomie* »

G. Barbot (2009) « *Choisir un placement socialement responsable : une affaire de conviction ? Effet du cadrage sur les choix d'investissement des particuliers* »

- F. Regany (2012)** « Lorsque la mère immigrée et sa fille font leurs courses ensemble : interaction et construction de l'identité ethnique dans la dyade »
- D. Godefroit (2013)** « Acheteuse sans compétences ? La femme marocaine face au supermarché »
- M. Fournier Schill (2014)** « Analyse d'une pratique sociale en construction : le cas du tri des déchets dans la famille »

Encadrement d' Habilitations à Diriger des Recherches

Ingrid Poncin janvier 2008

« De la définition de l'affectif à sa mesure : importance d'un concept complexe en persuasion publicitaire »

Isabelle Collin-Lachaud mars 2010

« Vision croisée de la fidélité : vers un renouvellement conceptuel »

Marion Garnier septembre 2014

« A la poursuite du Lapin Blanc....Le consommateur, le commerce et le chercheur dans le monde virtuel »

Participation à l'activité de la communauté scientifique

Membre du Comité de Lecture de la revue « Décisions Marketing »

Evaluatrice régulière pour les revues RAM, PCC, ...

Membre de l'Association Française de Marketing

Secrétaire Générale de l'AFM (2012-2014) ; Vice Président Recherche de l'afm (2014-2016)

Participation à des projets de recherche

- 2007-2010** ANR ETHNOS Recherche en marketing ethnique, financé par l'ARN pendant 30 mois.
Recherches sur les liens entre culture et pratiques de consommation dans les familles.
- 2012-** ARCIR dynamique porté par le Pr Ozcaglar-Toulouse autour de la Distribution ;
responsable de l'axe « Famille, génération et consommation »

Dernières publications dans des revues avec comité de lecture

PETTIGREW S., ANDERSON L., Boland W., de La Ville V., Fifita I M.E., Fosse-Gomez M-H, Kindt M., Luukkanen L., Martin I., Ozanne .L.K, Pirouz D. M., Prothero A & Stovall T. (2014) The experience of risk in families: conceptualisations and implications for transformative consumer research *Journal of Marketing Management (à paraître)*

GODEFROIT D., OZCAGLAR-TOULOUSE N. & FOSSE-GOMEZ M.H. (2012), Globalization in the less affluent world: the Moroccan consumers' acculturation to global consumer culture in their homeland, *Advances in Consumer Research*, Vancouver

GENTINA, E. & FOSSE-GOMEZ, M. (2012). The practice of using makeup: a consumption ritual of adolescent girls. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 11 (2), 115-123.

GENTINA E., I. COLLIN-LACHAUD & M-H FOSSE-GOMEZ (2012) « Take 1, Get 5 ! La fidélisation collective des adolescentes aux magasins de prêt-à-porter » *Management et Avenir*, 52, 157-174

DELASSUS-PAUWELS V. & FOSSE-GOMEZ M-H (2012) « Peut-on transférer la richesse de la marque locale abandonnée ? Les enseignements du passage de Marie Thumas à Bonduelle » *Décisions Marketing* n° 67, Juillet-septembre 2012

GENTINA E., PALAN K. et FOSSE-GOMEZ M. H. (2011), The practice of using makeup: a consumption ritual of adolescent girls, *Journal of Consumer Behavior*.

GENTINA, E. & FOSSE-GOMEZ, M. (2010). Identifying adolescent peer group structure: in the search of social network methods. *European Advances in Consumer Research*, 9, 1-24.

DECOOPMAN I., GENTINA E., FOSSE-GOMEZ M-H. (2010) "La confusion des générations ? Les enjeux identitaires des échanges vestimentaires entre les mères et leur fille adolescente" **Recherche et Applications en Marketing**, vol 25, n°3/2010

OZCAGLAR-TOULOUSE N., BEJI-BECHEUR A., FOSSE-GOMEZ M-H, HERBERT. M. et ZOUAGHI S (2009) "L'ethnicité dans l'étude du consommateur : un état des recherches" **Recherche et Applications en Marketing**, vol 24, n°4/2009)

FOSSE-GOMEZ M.-H. et OZCAGLAR-TOULOUSE N. (2009), Augmenter le pouvoir d'achat par l'autoréduction : les Robins des bois des supermarchés, **Décisions Marketing**, 56, 63-73

Dernières communications

GODEFROIT-WINKEL D. & M-H FOSSE-GOMEZ (2014) « The Changes of Meanings over Life Stages: Caftans as Expression of Moroccan Women's Identities » *Advances in Consumer Research*, Baltimore, 24-25 October, Association for Consumer Research (short paper)

GENTINA E. & FOSSE-GOMEZ M-H (2012) "Shall we share our clothes?" understanding clothing exchanges with friends during adolescence *Advances in Consumer Research*, Vancouver, 4-7 october, Association for Consumer Research (short paper)

REGANY F., VISCONTI M.L. & M-H FOSSE-GOMEZ (2012) « A closer glance at the notion of boundaries in acculturation studies : typologies, intergenerational divergences and consumer agency », *Consumer Culture Theory Conference*, Oxford, 16-19 August 2012

SCHILL M. & M-H FOSSE-GOMEZ (2012) « Vers des pratiques de consommation plus durables ? », Actes du 28^{ème} **Congrès de l'Association Française du Marketing**, 10-11 mai 2012.

GENTINA E., I. COLLIN-LACHAUD & M-H FOSSE-GOMEZ (2011) « Take 1, Get 5 ! La fidélisation collective des adolescentes aux magasins de prêt-à-porter » 14^{ème} *colloque Etienne Thil de la Distribution*, 22-23 septembre 2011

DECOOPMAN I., GENTINA, E., & FOSSE-GOMEZ, M. H. (2011). Confusion des Générations? Identity issues around exchange of clothing between mothers and their adolescent daughters. *Academy of Marketing Annual Conference*.

SCHILL M. & M-H FOSSE-GOMEZ (2011) « Les représentations enfantines de l'entreprise : une approche par le dessin », Actes des 10^{èmes} **Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, 17-18 mars 2011.

GODEFROIT-WINKEL D. & M-H FOSSE-GOMEZ (2011) « L'acquisition de la culture globale de consommation par les femmes marocaines », Actes des **10^{èmes} Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, 17-18 mars 2011.

GODEFROIT-WINKEL D., OZCAGLAR-TOULOUSE N. et FOSSE-GOMEZ M.-H. (2010), Acculturated in homeland: Consumer Culture in Morocco, Working paper, **EACR** London, June 30 - July 3 2010.

Ouvrages de Marketing

Livres

Les paradoxes du marketing

Coordinatrice de l'ouvrage collectif du Cercle de l'Entreprise, *éditions Eyrolles*, Paris 2011

Mercatique, notions fondamentales

Ouvrage collectif, *éditions Foucher*, Paris 1996

Rédaction de 5 chapitres

Chapitres

REGANY F., L. M. VISCONTI & M-H FOSSE-GOMEZ "A Closer Glance at the Notion of Boundaries in Acculturation Studies: Typologies, Intergenerational Divergences, and Consumer Agency," **Research in Consumer Behavior vol 14**, Belk R. W., S. Askegaard & L. Scott Emerald, 2012, 193-211

FOSSE-GOMEZ M-H & M. TOUZANI "Services" **L'ethnicité, fabrique Marketing?** (éditeurs : A. Becheur & N. Ozcaglar-Toulouse) Societing EMS, 2012

ACTIVITES ADMINISTRATIVES & RESPONSABILITES DANS LES ETABLISSEMENTS

Depuis 2010	Responsable du Master Distribution et Marketing
Depuis 2010	Elue au Conseil d'Administration de l'IMMD
Avril 2008-12	Vice Présidente Conseil des Etudes et de la Vie Universitaire de Lille 2 Membre de la Commission Formation Tout au Long de la Vie du PRES Lille Nord de France
Avril 2006-2008	Vice Présidente Conseil d'Administration de l'Université Lille 2
2006- 2012	Membre du Comité de Direction de l'Université
2000-2004	Présidente de la Commission de Spécialistes des 5 ^{ème} et 6 ^{ème} sections de l'Université de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis
2002– 2005	Membre du jury puis présidente de la Commission Sciences Commerciales du Concours national de l'agrégation interne d'Economie-Gestion.
2001- 2013	Membre du Conseil d'Administration de l'Ecole Supérieure des Affaires puis de la FFBC
1998- 2000	Membre du CEVU de l'Université de Valenciennes et du Hainaut Cambrésis