

CURRICULUM VITAE

Benny Patrick Hygin RIGAUX-BRICMONT

Adresse:

Bureau: Université Laval, Faculté des Sciences de l'Administration,
Pavillon Palasis-Prince, Département de marketing, Bureau # 2441
Cité Universitaire, 2325 rue de la Terrasse
Québec. P.Q. G1V 0A6, Canada
Téléphone: (418) 656-2131 ext. 7254, Télécopieur: (418) 656-2624
Télex: 051 31621
Courrier électronique: Benny.Rigaux-Bricmont@mrk.ulaval.ca
Site Internet : www.fsa.ulaval.ca/personnel/rigauxbb/

Connaissances particulières:

- Études théoriques et empiriques du comportement du consommateur, implications pour les stratégies de communication marketing des entreprises.
- Coordinateur d'une étude internationale (Canada, Belgique, France, Portugal, Maroc et Tunisie) sur l'adolescent-consommateur et son influence dans la prise de décisions familiales en matière de consommation (1997-2002).
- Utilisation des méthodes de la statistique et de la psychométrie en recherche commerciale (non-paramétriques et paramétriques, univariées et multivariées, échelles d'attitude métriques et non-métriques).

Liste des champs d'intérêt actuels:

1. L'univers métaphysique Second Life comme terrain d'analyse :
 - Problèmes éthiques liés aux méthodologies de recherche dans cet univers virtuel
 - L'avatar comme extension de soi : la dynamique de son évolution
 - Comportements de consommation du résident par le biais de son avatar
 - Activités de distribution : études des lieux de vente
2. Dans le cadre du Réseau Informel de Recherche sur l'Adolescent Consommateur (RIRAC), les adolescents, l'influence des pairs et le matérialisme
3. Élaboration de modèles d'aide à la prise de décisions en matière de force de vente (en collaboration avec René Darmon) : applications dans le secteur de l'assurance

Études réalisées:

[Université Catholique de Louvain](#) (U.C.L.), [Institut d'Administration et de Gestion](#) (I.A.G.), Louvain-la-Neuve, Belgique.

- 1971-77 Docteur en sciences économiques appliquées.
[University of Pennsylvania](#), Graduate School of Arts and Sciences ([Wharton School](#)), Philadelphia, Pa, U.S.A.
- 1970-71 Master of Arts in Business and Applied Economics (majeure en marketing, mineure en statistiques).
[U.C.L.](#), Institut des Sciences Economiques Appliquées (ISEA), Leuven, Belgique.
- 1967-69 Ingénieur commercial et de gestion.
- 1961-67 Ingénieur commercial.
[Institut Saint Jean-Baptiste de La Salle](#), 19 rue Moris, Bruxelles, Belgique.
- 1950-61 Diplôme homologué de modernes scientifiques.
- Expérience professionnelle:**
- [Université Laval](#), [Faculté des Sciences de l'Administration](#), Québec, P.Q. , Canada.
- Juin 1987 - jusqu'à présent Professeur titulaire de marketing.
- Juin 1981 - Mai 1987 Professeur agrégé de marketing.
- Juillet 1979 - Mai 1981 Professeur adjoint de marketing
[Université Lille II](#), Droit et Santé, [École Supérieure des Affaires](#) (ESA), Lille, France.
- Février 1998 Professeur invité.
[École des Hautes Études Commerciales du Nord](#) (EDHEC) de Nice, France.
- Mai 1995, Mai 1996 Professeur invité.
- Mai - Juin 1985, [European Institute for Advanced Studies in Management](#) (EIASM),
Bruxelles, Belgique.
- Mai 1987, Mai 1988, Octobre 1990 - Juillet 1991, Septembre 1997 – Juillet 1998
Mai - Juin 1999 Professeur invité ou visitant
[Nankai University](#), College of Economics, Department of Management, Tianjin, People's Republic of China
- Mars-Mai 1991 Professeur invité (en charge d'une recherche empirique sur le développement de systèmes d'information marketing d'aide à l'exportation des entreprises chinoises).
- Mai 1990 Professeur invité (enseignement de la gestion internationale).

- Avril-août 1986 Professeur invité (en charge d'une recherche empirique sur les activités de marketing des entreprises chinoises et des joint ventures de la région).
[Massachusetts Institute of Technology](#) (M.I.T.), [Alfred P. Sloan School of Management](#), Boston, Ma, U.S.A.
- Septembre 1984
Avril 1985 Visiting Scholar in the Management Science Area
[Université Catholique de Louvain](#) (U.C.L.)
- Octobre 1968
Septembre 1978 Chercheur associé au «Center for Socio-Economic Studies in Advertising and Marketing» (CESAM) du professeur J.-J. Lambin et au Centre de Perfectionnement dans la Direction des Entreprises (C.P.D.E.) du professeur Philippe de Woot de Trixhe.
- Octobre 1971 -
Septembre 1978 Assistant d'enseignement de la section marketing de l'Institut d'Administration et de Gestion (IAG).
Centre Interdisciplinaire pour la Formation au Marketing et au Marketing Research (CIFEM) de [l'Institut Catholique des Hautes Etudes Commerciales](#) (ICHEC), Bruxelles, Belgique.
- Fév. 1977 - Juin 1979 Chargé d'enseignement(cours de marketing industriel, de politique de produit et d'application de la statistique multivariée en marketing).
[Marketing Science Institute](#) (MSI), Cambridge, Ma, U.S.A.
- Août 1975 Recherche conjointe avec le professeur Susan P. Douglas: Comparaison culturelle de la prise de décision économique de la famille dans cinq pays.
[University of Chicago, Graduate School of Business](#), Ill., U.S.A.
- Janv. et fév. 1974 Recherche conjointe avec le professeur Harry L. Davis sur la prise de décision dans la famille.
[Faculté Universitaire Catholique de Mons](#) (FUCAM), Mons, Belgique.
- 1973-74 Chargé d'enseignement (cours de comportement du consommateur).
- 1968-70 Assistant d'enseignement et de recherche au CESAM de Leuven, Belgique (voir U.C.L.).
- 1970-71 Boursier de la FUCAM et du CESAM pour une année d'études aux États-Unis.

Situation de milice en Belgique:

- Statut actuel Capitaine-commandant de réserve à titre honorifique
- Jusqu'en 1998 Capitaine-commandant de réserve (Artillerie de campagne).
- Février 1966 Élève officier à l'École d'Artillerie de Campagne (EAC) à Brasschaat et au
à Mai 1967 1^{er} Bataillon d'Artillerie à Bastogne, Belgique.

Conférences, séminaires et présentations scientifiques:

Association des Sciences de l'Administration du Canada (ASAC): conférences annuelles à l'Université Dalhousie à Halifax, Nouvelle-Ecosse (23 mai 1981), à l'Université d'Ottawa, Ontario (31 mai 1982), à l'University of British Columbia, Vancouver, Colombie Britannique (30 mai 1983), à Guelph University, Guelph, Ontario (29 mai 1984), à Saint-Mary's University, Halifax, Nouvelle-Ecosse (6 juin 1988), à Montréal, Québec (2 juin 1989), à Whistler, Colombie Britannique (4 juin 1990), au Château Lac Louise, Alberta (30 mai 1993), à St John's, Terre-Neuve (2 et 3 juin 1997), à Niagara Falls, Ontario (6-9 juin 2009).

Association francophone pour le savoir (ACFAS): 48^{ième} et 76^{ième} et 77^{ième} congrès annuels, Québec, P.Q. (14-16 mai 1980, 5-9 mai 2008) et Ottawa, Ontario (11-15 mai 2009).

2008 INFORMS conference (Washington, DC) et 2009 CORS-INFORMS International Conference (Toronto).

Société Internationale de Formation et d'Assistance en Management (SIFAM), WELLER (École Supérieure de Direction des Entreprises), Tunis, Tunisie (29 et 30 avril 1998).

École Supérieure Internationale de Gestion (ESIG) et École Supérieure de Communication et de Publicité (COM'SUP), Casablanca, Maroc (17 avril 1998).

Centro de Investigaçao e Formaçao em Marketing (GIEM), Instituto Superior des Ciencias do Trabalho e da Empresa (ISCTE), Lisbonne, Portugal (20 et 21 mars 1998; 18 et 19 juin 1999).

Facultés Universitaires Catholiques de Mons (FUCAM), Mons, Belgique (21 janvier 1998).

4th International Research Seminar in Service Management, La Londe les Maures, France (6 juin 1996).

16th International Symposium on Forecasting, Istanbul, Turquie (25 juin 1996).

European Marketing Academy (EMAC): conférences annuelles à Jouy-en-Josas, France (1972), Berlin, Allemagne (1973), Copenhagen, Danemark (1975), Stockholm, Suède (1978), Copenhagen, Danemark (1981), Anvers, Belgique (1982), Grenoble, France (1983), Amsterdam, Hollande (1984), Athènes, Grèce (1989).

Association Française du Marketing (AFM): conférences annuelles à Dinard (7 mai 1987), à Montpellier (5 mai 1988) et à Strasbourg (19 mai 1999).

Conférence sur la gestion du budget publicitaire organisée par le «Tianjin Centre for the Planning and Execution of Advertising» en collaboration avec le «Tianjin Institute of Foreign Trade» (7 mai 1991).

Université de Nankin, International Business School, République populaire de Chine (21 mars 1991).

Université de Genève, Département d'économie commerciale et industrielle (1er février 1991).

Institut National sur le Franchisage et Faculté d'Administration de l'Université d'Ottawa: colloque universitaire sur le franchisage d'activités commerciales et industrielles à Montréal (18 mai 1989).

Université de Montréal, Colloque «Chine: Etat Présent» (15 octobre 1988).

Section locale de la ville de Québec de l'American Marketing Association (11 mai 1981, 21 septembre 1988).

Manchester Business School, United Kingdom: Conference on the China Enterprise (June 1, 1987).

Université de Sherbrooke, Faculté d'Administration, Québec, Canada (29 octobre 1986, février 1974).

Séminaire de marketing pour cadres d'entreprise organisé par le «Tianjin Electronics & Instruments Industrial Administration», Tianjin, République populaire de Chine (17 et 18 juillet 1986).

Deuxième colloque international de la chaire en assurance de l'Université Laval: Marketing et Assurance (19 et 20 mai 1983).

Association for Consumer Research (ACR): conférence annuelle à Saint-Louis, Missouri, U.S.A. (24 octobre 1981).

Université du Québec à Montréal (UQAM): séminaire La Maieutique (21 mars 1980).

American Marketing Association (AMA): conférence annuelle des enseignants, Chicago, Ill., U.S.A. (6-9 août 1978).

Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Lille, France (17 janvier 1978).

Office National de l'Emploi (ONEM): séminaires de marketing (Bruxelles, 2 et 9 décembre 1977, 14 et 20 avril 1978, 18 décembre 1978 et 29 mars 1979).

European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), Bruxelles, Belgique (13 décembre 1975).

Facultés Catholiques de Lille, France (1971-72).

Séminaires pour cadres d'entreprises organisés par le «Centre de Perfectionnement dans la Direction des Entreprises» (C.P.D.E.), Louvain, Belgique (1968-1978).

Publications scientifiques et professionnelles:

Livres:

La prise de décisions économiques dans la famille, U.C.L., Faculté des Sciences Economiques, Sociales et Politiques, Louvain-la-Neuve, Belgique, nouvelle série no 134, 1977, 288 pages.

«Les mécanismes de la prise de décisions économiques dans la famille», Encyclopédie du Marketing, vol. 1, édité par Christian Pinson, Paris, France, Editions Techniques, 1978, pp. 1-24A.

«Perception of Marital Roles in Decision Processes», Journal of Consumer Research, vol. 1, no 1, June 1974, pp. 51-62 (avec H.L. Davis); également dans Wallendorf M. et G. Zaltman, éditeurs, Readings in Consumer Behavior: Individuals, Groups and Organizations, New York, John Wiley & Sons, 1979.

«Marketing in the Chinese Enterprises: A Field Study in Tianjin (PRC)» (avec Chen Zhe), Advances in Chinese Industrial Studies, vol. 1, (Part B) intitulé «Joint Ventures and Industrial Change in China», édité par N.C. Campbell and J. Henley, JAI Press, 1990, pp. 115-126.

Rédacteur en chef invité du numéro spécial de Recherche et Applications en Marketing, consacré à la prise de décision dans la famille, Presses Universitaires de France, vol. 5, n° 3, 1990, 95 pages.

« Jean-Jacques Lambin : Investissements publicitaires et marketing stratégique », Chapitre 5 de Les grands auteurs en marketing, dirigé par Alain Jolibert, Caen, France, EMS Management & Société, 2001, pp. 97-116.

« Second Life and Other Metaverses as Solution for Overcoming the Limits of the Online Qualitative Research » (avec Leila El Kamel) et « Conducting Research in Virtual Worlds: Ethical and Methodological Reflections » (avec Guillaume Hervet et Khaoula Ellafi), chapitres qui seront publiés dans un livre électronique (avec ISBN) à l'automne 2009 par la CyberSociety (<http://www.cibersociedad.net/>).

Articles:

«Segmentation et stratégie commerciale, étude d'un cas concret», Annales de Sciences Economiques Appliquées, XXIX année, 1, Louvain, Belgique, mars 1971, pp. 79-107.

«La stratégie de segmentation des marchés», ALLV, Bulletin trimestriel, 31^{ème} année, 1 juin 1973, pp. 15-19.

«La décision économique de la famille», Intermédiaire, Revue pour Cadres et Dirigeants, 8^{ème} année, no 16, 2 septembre 1977, pp. 15, 17 et 18.

«L'influence des enfants dans les décisions économiques de la famille», Revue Française du Marketing, no 71, novembre-décembre 1977, pp. 33-43.

«Influence de la communication sur les décisions économiques de la famille», Annales de Sciences Economiques Appliquées, Louvain-la-Neuve, Belgique, vol. 34, no 2, juin 1978, pp. 57-85.

«Explaining the Marital Influences in the Family Decision-Making», dans Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions, édité par Subash C. Jain, Chicago, Ill., American Marketing Association, no 43, 1978, pp. 126-29.

«Un aperçu de l'analyse du comportement de consommation en marketing», *Annales de Sciences Economiques Appliquées*, Louvain-la-Neuve, Belgique, vol. 35, no 2, juin 1979, pp. 89-113.

«Building and Testing a Model of Consumer Decision-Making Emphasizing the Use of Information for Perceived Risk Reduction», dans les Actes de la 10^{ième} conférence annuelle de l'European Marketing Academy, édité par Hanne Hartvig Larsen et Soren Heede, vol. 2, Copenhagen, Danemark, 1981, pp. 620-34.

«Personal Interaction in Family Economic Decision-Making» dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du Canada, édité par Robert G. Wyckham, Halifax, Nouvelle-Ecosse, 1981, pp. 256-266.

«Pour un modèle du rôle de l'information et du risque perçu dans la prise de décision de consommation», *Annales de Sciences Economiques Appliquées*, Louvain-la-Neuve, Belgique, vol. 37, no 2, juin 1981, pp. 25-55 (avec E. Sayegh et P. Vlahopoulos).

«Influences of Brand Name and Packaging on Perceived Quality», *Advances for Consumer Research*, édité par Andrew Mitchell, vol. IX, 1982, pp. 472-77.

«Attitudinal Structures Towards Communication Sources», Actes de la 11^{ième} conférence annuelle de l'European Marketing Academy, édité par Philippe Naert, vol. IV, Anvers, Belgique, 1982, pp. 3/1 - 3/9.

«Structure des attitudes du consommateur à l'égard des sources d'information qui l'entourent», *Annales de Sciences Economiques Appliquées*, Louvain-la-Neuve, Belgique, vol. 38, no 4, 1982, p. 71-98.

«A Tentative Consumer Taxonomy Based on Use of Communication Sources in the Quebec City Area», dans les Actes de la 12^{ième} conférence annuelle de l'European Marketing Academy, édité par la F.N.E.G.E., Grenoble, France, 1983, pp. 125-136 (avec P. Vlahopoulos).

«Thoughts on the Decision-Making Process of the Consumer in the Purchase of Life Insurance», *Canadian Journal of Life Insurance*, Vol. 6, no 32, June 1984, pp. 16-18 (avec S. Tremblay).

«Application de l'analyse conjointe à la segmentation des marchés», dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du Canada, édité par Sheila Brown, Guelph, Ontario, 1984, pp. 1-10 (avec Alain d'Astous).

«Prise de décision dans la famille et utilisation de l'information dans la prise de décision" dans "Marketing et Assurance», Colloque international de la Chaire en Assurance de l'Université Laval, édité par J. François Outreville, Montréal, Québec, Agence d'Arc Inc. (Les Editions), 1984, pp. 47-68.

«L'avenir de la recherche en matière de décision collective d'achat», *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 1, no 2, Juillet 1986, pp. 17-26.

«Typologie des consommateurs basée sur l'utilisation potentielle de moyens de communication pour la prise de décision: une étude exploratoire à Québec», *Gestion 2000*, Louvain-la-Neuve, Belgique, vol. 2, no 2, 1986, pp. 61-73 (avec P. Vlahopoulos).

«Functional/Structural Market Segmentation Strategies Using Conjoint Analysis», *Business Journal*, vol. 4, no 1, Fall 1987, pp. 28-33 (avec A. d'Astous).

«Marketing Activities in China», *Gestion 2000*, vol. 4, no 5, 1988, pp. 165-182 (avec Chen Zhe).

«On the Development of China's Advertising Industry», *Gestion 2000*, vol. 4, no 5, 1988, pp. 185-195 (avec Han Jinglun).

«La publicité en République populaire de Chine: une étude empirique dans la région de Tianjin», *Gestion 2000*, vol. 4, no 5, 1988, pp. 197-210.

«Activités de mercatique en Chine», *Dires*, vol. 7, no 1, Printemps 1989, pp. 153-182 (avec Chen Zhe).

«Implicit Attributes in Perceptual Mapping of Ads», dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du Canada, édité par Alain d'Astous, Montréal, Québec, 1989, pp. 247-258.

«La prise de décision risquée dans le couple», dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du Canada, édité par John Liefeld, Whistler, Colombie Britannique, 1990, pp 322-329.

«La décision du couple... en questions», *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 5, no 3, 1990, pp. 1-5.

«Intentions de celui qui offre, interprétation de celui qui reçoit et satisfactions respectives dans l'échange de cadeaux de Noël entre conjoints», dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du Canada, édité par Auleen Carson, Château Lac Louise, Alberta, 1993, pp. 258-267 (avec Julie Jacques).

«Échange de cadeaux de Noël entre conjoints», *Gestion 2000*, Septembre-Octobre 1995, pp. 67-84 (avec Julie Jacques).

«Intérêts du vendeur d'assurance au cours de sa carrière», dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du Canada, édités par Corinne Berneman, Montréal, Québec, 1996, pp. 22-30 (avec René Darmon et Pierre Balloffet).

«L'analyse conjointe comme méthode de mesure relative des dimensions du risque perçu dans le domaine des voyages», dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du Canada, édités par Corinne Berneman, Montréal, Québec, 1996, pp. 1-10 (avec Pierre Balloffet, Miguel Morales et Hamida Skandrani).

«Dynamique des intérêts de l'agent d'assurance pour son poste au cours de sa carrière», dans les Actes du 4^{ième} Séminaire international de recherche en management des activités de service édités par Pierre Eiglier et Eric Langeard, La Londe les Maures, 5-6 juin 1996, pp. 237-266 (avec René Darmon et Pierre Balloffet).

«Exploration des risques assumés individuellement et en couple», dans les Actes de la conférence annuelle de l'Association des Sciences de l'Administration du

Canada, édités par H.F. (Herb) MacKenzie, St. John's, Newfoundland, 1997, pp.1-11 (avec Ghazi Cheikhrouhou, Stephen J. Davids et Simon Perreault).

« L'importance du risque perçu dans le choix des voyages touristiques », *Gestion* 2000, Novembre-Décembre 1998, pp. 37-51 (avec Pierre Balloffet).

« Liens entre performance et caractéristiques personnelles des vendeurs : le cas d'une compagnie d'assurance-vie », *Revue Tunisienne des Sciences de Gestion*, vol.1, numéro 1, 1999, pp.11-21 (avec Luc Dammann).

« L'adolescent et l'équipement électronique de la famille », *Actes de l'Association Française du Marketing*, vol.15, tome 1, 1999, pp. 1-21 (avec Pierre Balloffet).

« The Adolescent's Influence on the Acquisition of Family Electronic Equipment », *Actes de la conférence annuelle de l'Academy of Marketing Science*, édités par Robert Moore et Melissa Moore, San Diego, May 30-June 2, 2001, pp.25-30 (avec Pierre Balloffet).

« Designing Sales Force Satisfying Selling Positions : A Conjoint Measurement Approach », *Industrial Marketing Management, The International Journal of Marketing for Industrial and High-Tech Firms*, Vol.32, No 6, August 2003, pp.501-515 (avec René Y. Darmon et Pierre Balloffet).

“How Insurers and Health Managers Can Predict the Risk of an Individual Contracting Nosocomial Pneumonia with Data Mining”, soumis pour publication à *Health Care Management Science* (avec Louis Duclos-Gosselin et René Y. Darmon). Some preliminary results of this study were presented at the 2008 INFORMS conference (Washington, DC) and this paper was presented at the 2009 CORS-INFORMS International Conference (Toronto).

“Assessing Selling Units' Market Performance over Time », soumis pour publication au *Journal of Personal Selling & Sales Management* (avec René Darmon et Louis Duclos-Gosselin).

Recension :

« Le projet de recherche en marketing » d'Alain d'Astous, 2^{ème} édition, Chenelière/McGraw-Hill, 2000 dans **Gestion**, Volume 25, numéro 4, Hiver 2001, pp.76-79.

Documents de travail:

«Concurrence publicitaire: un essai de généralisation du modèle de Mills», CESAM, Louvain, Belgique, février 1969 (avec R. Peeters).

«Enquête sur la prise de décisions économiques au sein des ménages: documents de synthèse», CESAM, Louvain, Belgique, mai 1972 (en collaboration).

«Use of Multidimensional Scaling Techniques in a Container Study», CESAM Louvain, Belgique, juin 1972 (présenté à la première réunion de l'European Marketing Academy, Jouy-en-Josas, France).

«Role Structure in Family Consumption Behavior: An Empirical Study on the Belgian Market», EIASM, Bruxelles, Belgique, juillet 1973 (avec H.L. Davis) (présenté à la deuxième réunion de l'European Marketing Academy, Berlin, Allemagne).

«Echange de cadeaux entre conjoints: une étude exploratoire», Université Laval, Document de travail du LRSA, no 88-21, 21 pages (avec J. Arnoult).

«Destinées de l'album de bandes dessinées» (avec Sylvie Paradis), Document de travail FSA, n° 94-25, avril 1994, 20 pages.

«Male and Female Salespeople's Preferences for Various Job Characteristics Throughout Their Career Cycle: A Conjoint Measurement Approach» (avec René Y. Darmon et Pierre Balloffet), July 1996, 31 pages.

« Using Conjoint Analysis to Design Satisfying Sales Jobs », Janvier 2000 (avec René Y. Darmon et Pierre Balloffet), 37 pages..

« Effets de la portée des programmes télévisés sur l'efficacité du marketing direct : une étude empirique » (avec Annick Grondin), Décembre 2001, 15 pages.

« Préférences des commerciaux pour certaines caractéristiques de leur fonction selon leur stade de carrière et leur sexe » (avec René Y. Darmon et Pierre Balloffet), Juillet 2003, 46 pages.

« Antécédents et conséquences des attitudes à l'égard des publicités imprimées pour la mode vestimentaire féminine » (avec Marika Gagnon), Collection FSA, 2006-003, Janvier 2006, 11 pages.

« Une seconde vie aux méthodes traditionnelles de la recherche » (avec Leila El Kamel), Juin 2009, 14 pages.

« Réflexions méthodologiques et éthiques sur la recherche dans les univers virtuels » (avec Guillaume Hervet , Khaoula Ellafi et Simon Tobin), Juin 2009, 14 pages.

Documents spéciaux:

«Note technique sur la mesure multidimensionnelle métrique et non-métrique de la structure d'attitude ainsi que sur les procédures d'appel de certains programmes à l'Université Laval», LRSA no 81-112, octobre 1981, 56 pages.

«Evaluation de l'utilité d'un menu par l'analyse conjointe», LRSA, no 82-104, mars 1982, 57 pages.

«Advertising Management Science: A Primer», LRSA no 87-111 , June 1985, 148 pages.

«Marketing Activities in the People's Republic of China: A Field Study in Tianjin» (with Chen Zhe), LRSA n° 86-112, novembre 1986, 86 pages.

Mémoires:

«Loisirs et tourisme, aspects économiques», Louvain, Belgique, ISEA, 1967, 119 pages.

«Problèmes humains des concentrations d'entreprises», Louvain, Belgique, ISEA, 1969, 125 pages.

Direction de thèses, mémoires et essais:

Supervision du travail étudiant qui s'est mérité en 1980 le premier prix du concours annuel «Wesley Ballaine» de The Travel Research Association (TTRA).

La segmentation des marchés industriels en fonction de la structure du groupe décisionnel d'achat: une aide à la stratégie de marketing, thèse de doctorat d'Emmanuel Chéron, juin 1984.

Evaluation de l'efficacité d'un message publicitaire télévisé: une approche causale, essai de maîtrise de Jean-Pierre Leclerc, 1984.

The Videotex Technology: Its Potential Impact on the Purchase of New Vehicles in Canada, essai de maîtrise de Michel Parent, 1987.

L'achat d'assurance-vie par les femmes: une perspective nouvelle, essai de maîtrise de Serge Roy, 1988.

Dimensions de la perception de la valeur cadeau entre conjoints et préférences en fonction de l'occasion d'échange, essai de maîtrise de Jocelyne Arnoult, 1988.

La prédominance cérébrale: une explication au comportement du consommateur devant la publicité télévisée, essai de maîtrise de Lysane Montminy, 1988.

Les investissements publicitaires des concessionnaires d'automobiles: les effets et les avenues à exploiter, essai de maîtrise de Cyrille Barrette, 1989.

La qualité du service telle que perçue sur le marché de l'assurance-vie, essai de maîtrise d'Hélène Samson, 1989.

Détermination de l'influence des communications dans le succès d'une organisation: étude empirique auprès des caisses populaires Desjardins de la Fédération de Québec, essai de maîtrise de Marie-Huguette Cormier, 1989.

Evaluation de la qualité des services bancaires Infocaisse et Infosolde sur le réseau ALEX, essai de maîtrise de Diane Laurence, 1989.

La communication dans les franchises: une étude empirique dans le domaine de la restauration-minute, essai de maîtrise de Lucie Vachon, 1990.

Échange de cadeaux de Noël entre conjoints: une étude descriptive des intentions du donneur, de l'interprétation du receveur et de la satisfaction mutuelle, essai de maîtrise de Julie Jacques, 1990.

La bande dessinée et les jeunes: étude du profil du lecteur de bandes dessinées, mémoire de Anne-Cécile Lambert présenté pour l'obtention du diplôme de licenciée en sciences économiques appliquées à la FUCAM (Belgique), 1991.

Le positionnement des produits capillaires dans les salons de coiffure du Québec, essai de maîtrise de Claire Samson, 1992.

La comparaison par paires et le classement simple: évaluation comparée de la fidélité de deux méthodes permettant au consommateur d'exprimer ses préférences de manière globale sur un ensemble de produits, essai de maîtrise de Pierre Balloffet, 1992.

Étude de cas d'un processus d'achat en milieu hospitalier: les champs opératoires au CHU de Caen (France), essai de maîtrise de Violaine Marie, 1992.

Comportement du collectionneur de bandes dessinées, mémoire de Sophie Racquez présenté pour l'obtention du diplôme d'ingénieur commercial et de gestion à la FUCAM (Belgique), 1992.

Détermination des sources de satisfaction et d'insatisfaction de la clientèle envers les services de contact de l'office national des postes et télécommunications du Maroc: une analyse par la technique des incidents critiques, essai de maîtrise de Rachid Ouassou, 1993.

Les attitudes et motivations propres à la consommation du quotidien: une étude empirique de l'univers médiatique des jeunes diplômés d'études supérieures, essai de maîtrise d'Anne-Sophie Morin, 1993.

Comportements d'achat des produits métiers d'art, essai de maîtrise de Madeleine Dupuis, 1994.

Évaluation de l'efficacité d'une campagne publicitaire dans les médias imprimés: le marché des jeans, essai de maîtrise d'André Daviault, 1994.

Préoccupations des vendeurs selon le cycle de carrière, essai de maîtrise de Patrick Gabriel, 1994.

Est-il pertinent et possible d'allouer la force de vente sur base des similarités avec la clientèle?, essai de maîtrise de Nadine Gamache, 1994.

Relations canoniques entre performance et caractéristiques personnelles: le cas des représentants d'une compagnie d'assurance-vie québécoise, essai de maîtrise de Luc Dammann, 1995.

Comparaison France-Québec des variables influençant le port et le choix d'un parfum pour femmes: une étude qualitative des consommateurs, essai de maîtrise de Virginie Fallet, 1995.

Perceptions de publicités télévisées: contrastes entre la France et le Québec pour l'automobile et les céréales, essai de maîtrise de Sylvain Deschans, 1995.

Perceptions et préférences d'acteurs hollywoodiens: application comparée des techniques d'analyse multidimensionnelle, essai de Guillaume Baudoux, 1995.

La stratégie marketing d'une compagnie de théâtre: cadre théorique et étude de cas, essai de maîtrise de Stéphane Duquet, 1995.

L'exportation des livres de langue française au Canada, essai de maîtrise de Geneviève Dussault, 1996.

Tentative d'application d'une segmentation par avantages recherchés au marché des donateurs, essai de maîtrise de Delphine Plasse, 1996.

Le processus d'achat d'une voiture familiale neuve, une étude empirique à Québec, essai de maîtrise de Valéry Voyer, 1996.

Étude sur les besoins en transport de PME québécoises, dans le cadre d'un projet de centre logistique avancée dans la région Chaudière-Appalaches, essai de maîtrise de Caroline Krebs, 1996.

Le packaging comme outil marketing, essai de maîtrise de Catherine Ulrich, 1996.

La pertinence et la rentabilité des promotions - détaillants: un exemple, le cas d'Excellence Sports, essai de maîtrise d'Eric San Miguel, 1997.

Introduction du marketing dans une entreprise touristique: le cas du centre de plein air Le Saisonnier, essai de maîtrise de Marie-Agnès Gal, 1997.

Une modélisation de résolution du dilemme standardisation-adaptation dans un contexte d'influence du pays d'origine, essai de maîtrise de Yolande Massicotte, 1997.

Le produit de luxe comme cadeau à soi, essai de maîtrise de Nathalie Albesano, 1997.

Analyse marketing et plan de marketing Krispy Kernels, essai de maîtrise de Carole Batailler, 1999.

Recherche des critères de standardisation et d'adaptation des publicités internationales, essai de maîtrise de Sébastien Girault, 1999.

Marketing vert : plan de communication d'un commerce de détail, essai de maîtrise de Carole Thomas, 1999.

Évaluation de la qualité des services bancaires automatisés : le cas de FlexAffaires, essai de maîtrise de Lassaâd Amri, 1999.

L'influence de l'autrui signifiant sur l'achat de vêtements des adolescents, essai de maîtrise d'Isabelle Girard, 1999.

Qui influence la décision de l'adolescent?, essai de maîtrise d'Iness Hadj Said, 1999.

Étude auprès des internautes québécois sur l'achat d'assurances générales par Internet, essai de maîtrise de Maude Lafleur, 2000.

L'influence des modes de socialisation dans la famille sur l'innovativité des adolescents et leurs stratégies d'acquisition de nouveaux produits : une application au domaine de la mode vestimentaire, thèse de doctorat de Pierre Balloffet, octobre 2000.

Le tourisme élitiste en Tunisie : perspectives culturelles, essai de maîtrise de Cyrine Dhrif, 2000.

Acculturation, source d'information et comportement de consommation des immigrants chinois récents à Montréal (Québec, Canada), essai de maîtrise de Krisnavanh Abhayavong, 2000.

Étude empirique du lien entre le marketing direct et le placement média, essai de maîtrise d'Annick Grondin, 2001.

Utilisation des modèles compositionnel et conjoint pour expliquer les préférences des enfants dans leur choix d'un restaurant, essai de maîtrise de Christophe Barroche, 2001.

Les stratégies de recherche d'informations dans le domaine touristique et l'avènement d'internet comme média, essai de maîtrise de Mylène Petit, 2001.

Le développement d'un système d'information en marketing dans une petite organisation : cas de l'entreprise CSMR, essai de maîtrise de Julien Legath, 2001.

Développement d'une solution informatique visant à accompagner l'utilisateur dans la sélection des techniques statistiques, essai de maîtrise de Benjamin Mucci, 2002.

Les déterminants du processus décisionnel en matière d'assurance automobile des jeunes adultes québécois de 18 à 24 ans, essai de maîtrise de Delphine Lambert, 2003.

Étude du seuil du bruit publicitaire, essai de maîtrise de Mohamed Aziz Khoufi, 2003.

L'action de persuasion de l'enfant vis-à-vis d'un parent face à la promotion : le cas d'une comparaison entre la réduction de prix et la prime, essai de maîtrise de Lydie Teillant, 2003.

Une étude du processus de formation de la satisfaction de l'amateur de cinéma, thèse de doctorat de Riadh Ladhari, décembre 2003.

Le défi culturel lié à l'attitude envers la publicité : les attrait publicitaires occidentaux dans les chaînes de TV maghrébines, essai de maîtrise de Wiem Berrabah, 2004.

Quel type de campagne publicitaire les multinationales privilégient-elles au Québec?, essai de maîtrise de Marie-Ève Arseneault, 2004.

De l'importance du marketing et de l'innovation dans les sociétés de services aux entreprises : l'exemple de la société de conseil Alma Consulting Group, essai-stage de maîtrise de Raphaële Poix, 2004 (en co-direction avec Raoul Graf).

La fidélisation des jeunes adultes dans l'assurance automobile, essai de maîtrise de Xavier Jahan, 2004.

Les publicités de marques vestimentaires du magazine Vanity Fair ont-elles un impact sur les jeunes femmes québécoises?, essai de maîtrise de Marika Gagnon, 2004.

Les présentations spéculatives créatives : guide d'utilisation, essai de maîtrise de Catherine Pelletier, 2004.

Staracadémioscopie, La biographie d'un concept expérientiel de divertissement, mémoire de maîtrise de Virginie Deroubaix, 2006.

Optimisation du taux de réponse des envois postaux. Essai de maîtrise de Louis Duclos-Gosselin, 2007.

L'usage de stratégies de marketing créatives pour rejoindre plus efficacement les étudiants : une étude exploratoire sur l'utilisation de l'univers virtuel Second Life au profit des établissements postsecondaires de la région de Québec, essai de maîtrise de Geneviève Goulet, 2007.

De la formation des préférences des adolescentes à l'égard des marques symboliques dans une logique de construction identitaire, thèse de doctorat de Bouthaina M'Saad, septembre 2007.

Évolution des perceptions de l'image de marque de cinq compagnies de vêtements féminins par l'entremise des porte-image, essai de maîtrise de Isabelle Bourgeois-Croteau, 2007.

L'usage de stratégies de marketing créatives pour rejoindre plus efficacement les étudiants : une étude exploratoire sur l'utilisation de l'univers virtuel Second Life au profit des établissements postsecondaires de la région de Québec, essai de maîtrise de Geneviève Goulet, 2007.

Les facteurs de succès des films québécois auprès des Québécois, essai de maîtrise d'Anaïs Santerre-Ratte, 2007.

Le marketing de l'avatar sur Second Life, ou l'émergence de nouvelles questions sur les besoins, essai de maîtrise de Lucie Dos Santos, 2008.

Vision et actions marketing pour la maison Simons, essai de maîtrise de Marie-Ève Quimper Paradis, 2008.

Impact de la culture sur l'attitude des immigrés envers la publicité : cas de l'attitude des immigrés d'origine maghrébine envers la publicité québécoise, essai de maîtrise de Khaoula Ellafi, 2008.

Membre de comités de thèse de doctorat d'autres universités:

- | | |
|------|---|
| 2004 | Le rôle médiateur de la confiance dans les relations acheteur-vendeur : une application à la relation entreprise fondée sur la connaissance – directeur de comptes bancaires (thèse de doctorat de Raoul Graf soutenue à l'UQAM). |
| 2009 | La dynamique du processus de transmission des préférences et pratiques alimentaires au sein de la famille, (thèse de Kafya Ayadi soutenue à l'Université de Caen Basse Normandie, France) |
| 2009 | L'adolescent et les marques : étude de l'efficacité du co-branding, thèse de Madame Émerence Leheut dont la défense privée aura lieu le 1 ^{er} octobre et la défense publique en décembre 2009 (thèse dirigée par le Professeur Christian Derbaix des FUCaMs), Louvain School of Management, Belgique. |

2009-10 Membre du comité de Monsieur Mehdi Gherbi (thèse dirigée par le Professeur Claude Pecheux des FUCaMs), Louvain School of Management, Belgique.

Bourses et subsides de recherche:

1986 York University et Agence Canadienne de Développement International (ACDI): «Etude des activités de marketing en République populaire de Chine» (\$7.950).

1987-88 Chaire en Assurance de l'Université Laval: «Qualité du service telle que perçue sur le marché de l'assurance-vie» (\$5.300).

1987-89 Fonds pour la Formation de Chercheurs et l'Aide à la Recherche (FCAR) «La décision collective d'achat: modélisation et implications pour les décisions de marketing». En collaboration avec Emmanuel Chéron (\$45.000)

1987-90 Centre Francophone de Recherche en Informatisation des Organisations (CEFRIO): «L'informatisation des points de vente» (\$60.000).

1991 York University et Agence Canadienne de Développement International (ACDI): «Étude sur les systèmes d'information marketing d'aide à l'exportation des entreprises chinoises» (\$5.000).

1986-1989 Subventions de voyage pour conférences internationales du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH): 1986 (\$1.620), 1988 (\$920), 1989 (\$1.450).

1993-95 Chaire en Assurance de l'Université Laval: «L'évolution des valeurs des vendeurs de police d'assurance au cours de leur carrière». En collaboration avec René Darmon de l'ESSEC, France (\$7.260).

2000-2001 Fonds d'assistantat pour les étudiants de la maîtrise : «Création d'un système d'information marketing interactif». En collaboration avec Christophe Barroche (\$ 1.620).

2001 Chaire en Assurance L'Industrielle-Alliance : «Déterminants du processus décisionnel de souscription d'assurance pour l'automobile par les jeunes adultes québécois ». En collaboration avec Pierre Balloffet des HEC-Montréal (\$ 4.550).

Publications dirigées dans le cadre des recherches sur l'informatisation des points de vente du CEFRIO:

- CHEYSSIAL, Frédéric, «Quelques aspects sur un nouveau medium: le Fax», CEFRIO/Informatisation des points de vente, Document de travail, mars 1990, 24 pages.
- CHEYSSIAL, Frédéric, «Un aperçu de l'informatisation de la distribution au Québec en 1990», CEFRIO/Informatisation des points de vente, Document de travail, octobre 1990, 50 pages.
- FORTIN Dominique, LAURENCE Diane et ROBERT Nathalie, «Sémiotique et vidéotex», CEFRIO/Informatisation des points de vente, Document de travail, janvier 1989, 49 pages.
- LAURENCE Diane, «Télématique du système de distribution et avantage concurrentiel», Gestion 2000, vol. 5, n^o 3, 1989, pp. 13-33 (1^{ère} partie) et vol. 5, n^o 4, 1989, pp. 55-77 (2^{ième} partie).
- LAURENCE Diane, «Vidéotex et téléachat: nouveaux modes de communication marketing», Gestion 2000, vol. 5, n^o 6, 1989, pp. 87-110.

- LAURENCE Diane, «Évaluation de la qualité des services bancaires infocaisse et infosolde sur le réseau ALEX», CEFRIO, E-4, novembre 1990.
- MARIER Claudette, «Un aperçu de l'informatisation des points de vente au Québec en 1988», CEFRIO/Informatisation des points de vente, Document de travail, septembre 1988, 160 pages.
- MORENCY Francine, «Étude de faisabilité d'un réseau 'bénévolat' sur Vidéotex», CEFRIO/Informatisation des points de vente, Document de travail, avril 1990, 15 pages.
- PARENT Michel, «La technologie du vidéotex: son impact potentiel sur l'achat d'automobiles au Canada», Gestion 2000, n° 6, 1988, pp. 197-215.
- VACHON Lucie, «La communication dans les franchises: une étude empirique dans le domaine de la restauration-minute», CEFRIO, E-5, mars 1991.
- ZEITOUN Helen, «Vidéotex: un nouveau défi», CEFRIO/Informatisation des points de vente, Document de travail, avril 1989, 25 pages.

Mérites et titres honorifiques:

Boursier du «Collège interuniversitaire d'études doctorales dans les sciences du management» (CIM, Bruxelles, Belgique), Nov. 1971 - Oct. 1972.

Croix de Chevalier de l'ordre de la Couronne de Belgique (juillet 1982).

Croix de Chevalier de l'ordre de Léopold (novembre 1986).

Marquis Who's Who in the East (depuis 21st édition, 1987-88).

Marquis Who's Who of Emerging Leaders in America (1st édition, 1987; 2nd édition, 1988).

Marquis Who's Who in the World, 1996.

Croix d'Officier de l'ordre de la Couronne de Belgique (novembre 1991).

Affiliations professionnelles:

[Association des Sciences Administratives du Canada](#) (ASAC)

[European Marketing Academy](#) (EMAC)

[Association Française du Marketing](#) (AFM)

[Association Francophone pour le Savoir](#) (ACFAS)

Consultations:

Marketing European Network (1972-73)

Comidel (1973)

Douwe-Egberts (1973-76)

Vice-président du conseil d'administration de la S.A. de construction Sansovino, Paris, France (1976-1977)

Laboratoire de Physique et de Chimie des Hauts Polymères (U.C.L.) (1977-78)

A.D.B. (1977-78)

Office de Promotion Industrielle (OPI) et ARDEF-CTN (Association pour la recherche et le développement des techniques de formage des métaux à haute énergie - Centre de technologies nouvelles) (1978)

Centre d'information et de formation aux actions pour la société (CIFAS), Association pour le volontariat (Fondation Roi Baudoin), 1978-79

Administrateur de la Compagnie d'Investissement en Economie Canadienne (Cominec, Inc.) (1980-1991).

Bureau de Consultation en Gestion (BCG) de l'Université Laval: Swissor 1976 Limitée (1980), Pizza Patio (1986)

Consommation et Corporations Canada (1983)

Northgate China Computer Services, Tianjin, PRC (1988-1992).

Corporation de développement économique de Pointe-Lévy: projet «Logistique avancée pour la distribution des produits» (1995-96).

Activités diverses:

Président de la section locale (Québec) de l'American Marketing Association (de juin 1982 à mai 1983)

Membre du jury pour le «Grand prix de la publicité de Québec 1983»

Conseiller des équipes participantes et membre du jury du concours de communication marketing organisé par Démark, association des étudiants de marketing de l'Université Laval (éditions 1994 et 1996).

Membre du jury pour le prix aux étudiants du programme M. Sc., option marketing de la Faculté d'Administration de l'Université de Sherbrooke, 1987.

Membre du comité consultatif pour l'organisation du Forum Marketing et du Gala de la Publicité de Québec (1995, 1996, 1997, 1999).

Membre occasionnel des comités de lecture de:

- . Journal of Consumer Research
- . Journal of Economic Psychology
- . Revue Canadienne des Sciences de l'Administration
- . Gestion 2000
- . Gestion
- . Actes annuels de l'ASAC (sections Marketing et Gestion des opérations et Production) et de l'EMAC

Membre du comité des bourses de l'Université Laval (1992-97) et évaluateur des bourses de 2^{ième} et 3^{ième} cycles du CRSH (1993-96) et du FCAR (1993-94).

Chercheur associé au Groupe de Recherche en Gestion Internationale des Entreprises (GREGIE) de la Faculté des Sciences de l'Administration de l'Université Laval (1987-93).

Conseiller du comité d'édition du dictionnaire chinois du marketing.

Member of the Board of Directors of the Mt. Desert Festival of Chamber Music, Inc. (1988-1993).

Responsable scientifique (avec Pierre Balloffet) du séminaire de doctorat «Alfred-Houle» de la Faculté des Sciences de l'Administration de l'Université Laval (14 mars 1996).

Responsable scientifique (avec Leila El Kamel et Marie-Claude Beaulieu) du séminaire de doctorat «Alfred Houle» de la Faculté des Sciences de l'Administration de l'Université Laval (27 octobre 2006), « Enjeux éthiques de la recherche en sciences de l'administration ».

Responsable scientifique d'un atelier de recherche intitulé Marketing non-marchand : nouvelles perspectives (7 et 8 mai 2009).

Septembre 2009