

Elodie Mallor



Trajectoires professionnelles

Expériences professionnelles

2018-Aujourd'hui **Aix-Marseille Université (IUT)**

Enseignant-Chercheur, Département Techniques de Commercialisation, Marseille

- Coordinatrice des relations internationales
- Responsable des stages
- Responsable Parcours Technologique de Grade Licence

2016-2018 **Aix-Marseille Université (IUT)**

Attachée Temporaire de Recherche et d'Enseignement (ATER), Département Techniques de Commercialisation, Marseille

2013-2016 **Aix-Marseille Université (IUT)**

Chargée de Mission d'Enseignement, Département Techniques de Commercialisation, Marseille

2011-2013 **Kedge Business School**

Enseignant Vacataire

2012-2013 **ICTIC France**

Consultante en entreprise, Indépendante, Marseille

- Réalisation d'études de marché et rapports stratégiques
- Préparation de propositions de projets de R&D pour la captation de financements européens

2010-2012 **Institut Universitaire ITACA, Valencia, Espagne**

Junior Project Manager

- Actions de développement et dynamisation d'un réseau d'entreprises spécialisées dans les NTIC
- Préparation de propositions de projets de R&D pour la captation de financements européens (7ème Programme Cadre (2007-2013), programme Eurostar, programme IBEROEKA)

2012-2013 **Valencian Community Investments, Espagne**

Assistante département Gestion de la Connaissance

- Étude et réalisation de rapports stratégiques sur l'investissement étranger au sein de la Communauté Valencienne
- Enrichissement des bases de données et développement du réseau de partenaires

2007-2008 **Comité Départemental du Tourisme de la Haute-Loire**

Assistante Communication / Chef de projet « Vivez la Loire Sauvage »

- Organisation d'un festival multisports
- Réalisation d'un plan marketing et d'un plan de communication, gestion des relations presse

Cursus universitaire

2017 : Doctorat ès sciences de gestion. Titre : L'évolution dans le temps du poids des dimensions de l'expérience sur la satisfaction cumulée : le cas des services hédoniques. Soutenue publiquement le 07 Décembre 2017. Proposition au prix de thèse à l'unanimité du jury.

2012-2013 : Master Recherche, Études et Conseil en Sciences de gestion (spécialité marketing), IAE Aix-en-Provence, France. Mention Bien.

2009-2010 : Master pour la Formation à la Recherche Universitaire, Programme "Administration et Direction d'Entreprises", Université Catholique de Valencia "San Vicente de Mártir", Espagne. Mention Excellent.

2003-2009 : Master en Management, Kedge Business School, Marseille, France

Activités de recherche

Publications scientifiques

- L'évolution dans le temps du poids des dimensions de l'expérience sur la satisfaction cumulée : le cas des services hédoniques. Proposition au prix de thèse à l'unanimité du jury. Thèse soutenue publiquement le 07 Décembre 2017.

Articles dans des revues classées (1) :

- Mallor, E., Fayos, T., Gonzales-Gallarza, M. (2013)., ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español, *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), 269–284 (Rang B en Sciences Sociales, rang C en Sciences Humaines d'après la classification CIRC)

Publications dans des actes de conférences à comité de sélection (10) :

- Nicod L., Mallor E. and Llosa S. (2019) Les mesures de la participation client, proposition d'une alternative aux méthodes déclaratives. *Congrès de l'AFM, Le Havre, 15-17 mai.*
- Mallor E., Nicod L. and Llosa S. (2018) See, think and feel... a sequential process of experience dimensions on satisfaction. *9th EMAC Regional Conference, Prague, 12-14 septembre.*
- Nicod L., Mallor E. and Llosa S. (2018) Analyse de l'effet modérateur de la connaissance du magasin sur la relation entre accompagnement et montant d'achat. *Colloque Etienne Thil, Roubaix, 3-5 octobre.*
- Mallor, E. & Llosa, S. (2017). The evolution of the relative weight of experience dimensions on cumulative satisfaction: the case of video games. *8th EMAC Regional Conference. The West University of Timisoara, Timisoara, Romania, September 20-22, 2017.*
- Mallor, E., Nicod, L. and Llosa, S. (2017) L'évolution dans le temps du poids relatif des dimensions de l'expérience sur la satisfaction : le cas des jeux vidéo. *Les journées du marketing digital de l'AFM, Paris, 8 septembre.*
- Mallor, E. (2016). The evolution of cumulative satisfaction in customer relationship: the case of hedonic service experiences. *La Londe Conference in Service Management, La Londe les Maures, France, 31 mai – 3 juin 2017.*
- Mallor, E., Llosa, S. (2014). Amplification ou réduction de la dimension affective de la satisfaction dans le temps ? Le cas des voyages de loisirs. *13èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, 27-28 Novembre 2014, Rouen, France*
- Mallor, E., Fayos, T., Gonzales-Gallarza, M. (2012). Cultural Tourism: Conceptual Approach and Assessment for the Spanish Case in a Longitudinal Study, *11th International Marketing Trend Conference, Paris, France, 19-21 Janvier 2012.*
- Mallor, E., Tapia-Moore, E., Gonzales-Gallarza, M. (2010). Valencia o la creación de una nueva identidad cultural, *10th International Marketing Trend Conference, Venise, Italie, 21-23 Janvier 2010.*
- Mallor, E., Gonzales-Gallarza, M., Tapia-Moore, E. (2009). Valencia or the creation of a new cultural identity, *35th European International Business Academy (EIBA), Poster Session, Valencia, Espagne, 13-15 décembre 2009.*

Activités administratives liées à la recherche

- Membre du comité d'organisation de la conférence La Londe International Research Conference in Service Management (éditions 2020)
- Assistante pour l'organisation des 13ème, 14ème et 15ème conférences « La Londe Conference in Service Management », La Londe les Maures, France
- Assistante pour l'organisation de la semaine des « IVème Etats Généraux du Management », du 19 au 23 Mai 2014, Kedje Business School et IAE Aix-en-Provence, France

Activités de valorisation de la recherche auprès du grand public

- Conférences sur la relation client dans un monde digitalisé, mars 2019 auprès de professionnels et enseignants du second degré.

Activités d'enseignement

Cours et expériences pédagogiques

- Cours actuels : Marketing du point de vente (DUT, en anglais, 40h), Approche des marchés étrangers et intelligence économique (DUT, en anglais, 60h), Techniques de commerce international (DUT, en anglais, 60h), Marketing des services (DUT, 60 heures).
- Domaines d'enseignement antérieurs (du DUT au Master) : Études de marché, Fondamentaux du marketing, Marketing international, Études de cas du marketing international.
- Méthodes utilisées : classes inversées et approche par projet.
- Membre d'un projet lauréat d'A*MIDEX Académie d'Excellence « le magasin connecté 4.0 » (création d'un fablab sous la forme d'un magasin servant de base à un projet interdisciplinaire à 70 étudiants)

Publications pédagogiques

- Mallor E, Nicod L et Simon J-J, « Le magasin connecté 4.0 : quand la professionnalisation des étudiants passe par l'interdisciplinarité », *les dixièmes journées pédagogie et professionnalisation des IUT, 27,28 et 29 mars 2019, Saint Nazaire.*

Formations suivies

- 2019 : Module de formation en pédagogie « L'apprentissage par problème » par le CIPE d'Aix-Marseille Université.
- 2019 : Module de formation en pédagogie « Évaluer les étudiants avec AMeTICE - Élaborer un QCM : réflexion, conception et mise en place » par le CIPE d'Aix-Marseille Université.