



Stéphane GANASSALI
10, allée la Clé des Champs
74940 ANNECY-LE-VIEUX France
Tel : 0033 (0)450663193
Mobile : 0033 (0)670547899

Né le 7 septembre 1967 à Annecy
(France)
Nationalité française
49 ans - Marié - 5 enfants
Mèl : sgana@univ-smb.fr

Formation

- Diplôme d'Etudes Supérieures Commerciales Administratives et Financières à l'Ecole Supérieure de Commerce de Grenoble (France), obtenu en 1991.
- Doctorat en Sciences de Gestion (Marketing), à l'Université Pierre Mendès-France de Grenoble, obtenu en décembre 1995, avec félicitations du jury.

Cursus professionnel

- Depuis 1996: Maître de Conférences titulaire à l'IAE Savoie Mont-Blanc (Université de Savoie). Créateur puis directeur depuis 2006 du Master Européen : « *European Master in Business Studies* » développé avec l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie. Voir <http://www.embs.eu>.
- Depuis 1997 en parallèle: conseiller scientifique pour l'entreprise Sphinx (France), éditeur de logiciels pour les enquêtes et l'analyse de données : fonctions de chef de projet « recherche et développement » puis de responsable du pôle « Ingénierie des enquêtes ».
- Habilitation à diriger des recherches en cours avec le Pr. Rémi Mencarelli – soutenance envisagée avant fin 2017.

Expériences et réalisations professionnelles à l'Université

• Activités pédagogiques

- Cours actuellement assurés en français et en anglais (50/50): méthodologie des études marketing, analyse de données, marketing fondamental, marketing de la marque, comportement du consommateur, études de cas marketing, communication, simulation marketing « Markstrat »,
- Etablissements d'enseignement : IAE Savoie Mont-Blanc (Université de Savoie), IAE Aix-en-Provence, Université de Genève – Universités européennes : Uni Trento, Venise (Centre International d'Etudes sur l'Economie Touristique), Pavia (Italie), Uni Hannover et Kassel (Allemagne), BGE (Budapest).
- De nombreuses interventions en formation continue pour *executives* (méthodologie des études marketing) dans les entreprises ou organisations suivantes : Autoroutes Paris-Rhin-Rhône, Bouygues, Camaïeu, Carlson Wagonlit Travel (groupe Accor), Cofinoga, Ecole Nationale d'Administration, Hôpitaux de Paris, INRA, LCI (la Chaîne Info), L'Oréal, Louis Vuitton, Junior City, Orange, Phone Marketing, Salomon, par exemple.

- Depuis quinze ans, direction et encadrement de trois à cinq mémoires de Master ou *Master thesis* par an.
- *Project leader* pour des programmes intensifs Erasmus, une dizaine de fois depuis 1997.
- Chef de projet Accréditation EPAS (EFMD) pour le master EMBS de l'IAE Savoie Mont-Blanc
- Participation dans deux « Partenariats Stratégiques » Erasmus Plus, sur les thèmes de l'entrepreneuriat (Marciee) et de la protection du consommateur (ConsumeAware)
- Mise en œuvre de nombreux projets tutorés, en collaboration avec des entreprises, dans le cadre de mes cours de recherche marketing ou méthodologie des enquêtes (Amer Sports en 2017, Queshua en 2016, Salomon en 2015 pour les plus récents)

- Activités de recherche

Domaines d'expertise : le marketing, la méthodologie des enquêtes par questionnaire, l'analyse de données, le comportement du consommateur, la marque.

Principales publications scientifiques depuis 9 ans:

- Ganassali S. (2008), Design of Web Survey Questionnaire and Quality of Responses, *Survey Research Methods*, 2, 1, 21-32.
- Ganassali S. (2008), Faire parler les mots : vers un cadre méthodologique pour l'analyse thématique des réponses aux questions ouvertes. *Décisions Marketing*, 51, 55-67.
- Ganassali S., Casarin F., Cerchiello P., Mau G., Rodrigues-Santos C. Siebels A. (2008), How Perceived Image of a Sponsorship Event Influences on the Brand Perceptions, *International Journal of Management Cases*, 12, 261-281.
- Ganassali S. (2008), L'effet de halo cognitif : un biais potentiel pour les méthodes induites de catégorisation des attributs dans les enquêtes de satisfaction, *Décisions Marketing*, 50, 39-47.
- Ganassali, S. & Moscarola, J. (2011) Peut-on faire confiance aux contenus du Web ? in *Web : enjeux de confiance*, eds. Benghozi P.J., Bergadaa M. & Burkhart E. – De Boeck, Bruxelles, 135-146.
- Rodriguez Santos C., Ganassali S. Casarin F., Laaksonen P. & Kaufmann H.-R. (2013), *Consumption Culture in Europe: Insight into the Beverage Industry*, IGI Global, Hershey.
- Ganassali S. & Rodriguez Santos C (2013), Research Intentions are Nothing without Technology: Mixed-Method Web Surveys and the Coberen Wall of Pictures Protocol, in *Advancing Research Methods with New Technologies*, Sappleton N. editor, IGI Global, Hershey.
- Ganassali S. & Roederer C. (2014), L'analyse des courriers au Père Noël comme expression des styles de consommation familiaux, *JADT*, Inalco – Paris Sorbonne.
- Ganassali S. (2014), *Enquêtes et analyse de données avec Sphinx*, Pearson.
- Ganassali S. (2016), Le mur d'images en ligne: présentation et apports d'un protocole hybride, *Recherche et Applications en Marketing*, 31, 4, 70–88
- Ganassali S. & Matysiewicz J. (2017), Assessing visual survey protocols to capture brand-related emotional insights, *Qualitative Market Research*, forthcoming (accepté, à paraître)

Prix du Congrès “Marketing Trends” 2007. E. S. C. P. - E. A. P. - Università Ca’ Foscari Venezia.

Expert évaluateur pour le programme Erasmus auprès de l’Agence Exécutive Education, Audiovisuel et Culture de la Commission Européenne.

Membre du comité directeur de COBEREN – Réseau international de recherche - 2009-2012. European Network about Consumer Behaviour Studies – 38 partenaires – 30 pays.

Membre de PrimeFish – projet Horizon 2020 sur la compétitivité des industries européennes de la pêche et de l’aquaculture. Coordination du Work Package « *Product and consumer trends* » - 16 partenaires – 13 pays. <http://www.primefish.eu/>

Depuis juin 2016, co-direction d’une thèse de doctorat en marketing (Olga Untilov) à l’Université de Savoie Mont-Blanc, avec le Pr. Rémi Mencarelli.

Langues

Français : langue maternelle / Anglais : courant / Italien : courant / Allemand : des notions. Peut enseigner en français, en anglais et en italien.

Informatique

Maîtrise des logiciels bureautiques et de nombreux logiciels de traitement d’enquêtes et de statistique et analyse de données : Sphinx (version Windows et Web – options quanti et quali), SPSS, Statistica, SmartPLS notamment.

Références

Pr Paolo Collini – Professeur de finance – Président de l’Université de Trento en Italie - paolo.collini@unitn.it

Prof. Dr. rer. pol. Klaus-Peter Wiedmann - Professeur de marketing – Directeur du département de Marketing et Management - Université de Hanovre en Allemagne – wiedmann@m2.uni-hannover.de

Pr Pierre Valette Florence - Professeur de marketing – Université de Grenoble en France - pierre.valette-florence@iae-grenoble.fr

M. Franck Constant - Senior Director Quality & Product Business Process – Amer Sports - franck.constant@amersports.com

M. Boris Moscarola – Directeur associé – Le Sphinx Développement – bmoscarola@lesphinx.eu