



SOFFIEN BATAOUI
Lecturer

Grenoble IAE
525 avenue centrale, 38400 Saint Martin d'Hères
www.grenoble-iae.fr
Email: Soffien.Bataoui@grenoble-iae.fr
Research lab: CERAG

■ RESEARCH INTERESTS

- Marketing
- Marketing
- Marketing
- Marketing

■ TEACHING DOMAINS

- Marketing
- Marketing
- Marketing
- Marketing

■ QUALIFICATIONS AND DEGREES

Title

Since 2018	Lecturer, Grenoble IAE, France
2016 - 2018	ATER, Grenoble IAE, France

Degrees

Highest degree :

2017	Doctorate, Business administration, Marketing, Grenoble IAE, France <i>Vers une forme d'humanisation des interfaces digitales : transposition du concept d'hospitalité au commerce électronique et impact de ses dimensions sur les réactions affectives, l'absorption cognitive et les comportements des consommateurs</i>
2013	Master, Business administration, Marketing, Grenoble IAE, France
2012	Master, Business administration, Marketing, Grenoble IAE, France

■ ACADEMIC POSITIONS AND ACTIVITIES

Academic activities

Since 2018	Head of program M1 Marketing, Grenoble IAE, France
------------	--

■ ACTIVITIES WITHIN THE SOCIO-ECONOMIC WORLD

GERARD, J. and BATAOUI, S. (2019). 'Mégots jetés au sol : quand l'effet des nudges par en fumée'. The Conversation., France.

■ INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Peer-reviewed Articles

BATAOUI, S. and GERARD, J. (2020). L'adoption de comportements responsables grâce aux nudges : le rôle médiateur de l'inférence de manipulation. *Revue Française de Gestion*, 288(3), pp. 129-143.

(CNRS: 3, FNEGE: 2)

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2019). Rendre le commerce électronique plus humain et moins marchand en considérant les sites internet marchands comme des espaces d'hospitalité. *Management & Avenir*, 2019/7(113), pp. 83-103.

(CNRS: 4, FNEGE: 3)

Presentation at a conference with proceedings

WILHELM, M.C. and BATAOUI, S. (2020). 'Améliorer l'efficacité d'une communication préventive : effets du choix de la publicité à visionner sur smartphone.'. 36ème, Biarritz: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), France.

BATAOUI, S., GERARD, J. and MARTIN-LACROUX, C. (2020). 'Le site internet, un outil efficace pour attirer des candidats'. Journée de Recherche sur le MARKETING des Ressources Humaines (AFM), France.

BATAOUI, S., GERARD, J. and VALETTE FLORENCE, P. (2020). 'Can A Nudge Induce Inferences of Manipulative Intent?'. En distanciel: AMS Annual Conference, United States of America.

BATAOUI, S., HELME-GUIZON, A. and GIANNELLONI, J.L. (2019). 'The Influence of A Website's Virtual Hospitality On Well-Being And Behavioral Intentions Towards Sustainable Transportation'. Edimbourg: AMS World Marketing Congress.

CARREL, C., BATAOUI, S. and GERARD, J. (2018). 'Mieux comprendre le fonctionnement des nudges : proposition d'un modèle intégrateur'. 15ème: Congrès de l'Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE).

BATAOUI, S. and BELKAÏED-AYADI, N. (2018). 'Le commerce électronique peut-il lui aussi procurer du bien-être aux consommateurs ? Une approche par l'hospitalité virtuelle'. La Rochelle: Colloque Etienne Thil.

BATAOUI, S., GIANNELLONI, J.L. and HELME-GUIZON, A. (2018). 'Shall I drive ? The influence of a website's virtual hospitality on well-being and behavior al intentions towards sustainable transportation'. 13ème, Grenoble: Congrès du Réseau International de Recherche sur les Organisations et le Développement Durable (RIODD).

BATAOUI, S. (2017). 'Concevoir les sites Internet marchands comme des espaces d'hospitalité pour générer des réactions affectives auprès des consommateurs'. 16ème, Paris: Journée de Recherche sur le Marketing Digital.

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2017). 'Mesurer les comportements exploratoires des internautes : comparaison des résultats obtenus par échelle de mesure et par analytics'. 33ème, Tours: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2016). 'Quand le commerce électronique devient plus humain et moins marchand : une approche par l'hospitalité virtuelle'. 32ème, Lyon: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2014). 'Présence sociale sur les sites marchands : limites du concept d'atmosphère des sites marchands et apports potentiels du concept d'hospitalité virtuelle'. 13ème, Paris: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2014). 'Présence sociale sur les sites marchands : limites du concept d'atmosphère des sites marchands et apports potentiels du concept d'hospitalité virtuelle'. 13ème, Paris: Journée de Recherche sur le Marketing Digital, France.