

# JESSICA GERARD

## Lecturer

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

### ■ RESEARCH INTERESTS

---

- Marketing
- Marketing
- Marketing

### ■ TEACHING DOMAINS

---

- analyse de données
- communication
- Marketing
- Purchasing
- RSE appliquée aux achats
- Strategic Management

### ■ QUALIFICATIONS AND DEGREES

---

#### *Title*

- |            |                                   |
|------------|-----------------------------------|
| Since 2014 | Lecturer, Grenoble IAE, France    |
|            | ATER, Grenoble IAE, France        |
|            | PhD student, Grenoble IAE, France |

#### *Degrees*

#### *Highest degree :*

- |      |  |
|------|--|
| 2012 | Doctorate, Business administration, Marketing, Grenoble IAE, France<br><i>Vers une meilleure compréhension des réponses des consommateurs face à la contamination perçue : le rôle de l'imagerie mentale</i> |
| 2008 | Master, Business administration, Marketing, Grenoble IAE, France   |
| 2006 | French Bachelor, Business administration, Administration Economique et Sociale, Université de Nantes, France   |

### ■ ACADEMIC POSITIONS AND ACTIVITIES

---

#### *Academic activities*

- |             |   |
|-------------|---|
| 2017 - 2018 | Responsable pédagogique L3 Economie-Gestion Parcours Management, délocalisée à Casablanca - Maroc, Grenoble IAE, France |
|-------------|---|

|             |   |
|-------------|---|
| 2016 - 2017 | Co-responsable pédagogique Master 1 Gestion de Production, Logistique et Achats, Grenoble IAE, France               |
| 2014 - 2016 | Responsable pédagogique Master 1 Management Parcours Achats, Grenoble IAE, France                                   |
| Since 2014  | Responsable pédagogique Master 2 DESMA Formation Initiale (Management Stratégique des Achats), Grenoble IAE, France |

## ■ INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

---

### *Peer-reviewed Articles*

GERARD, J. and HELME-GUIZON, A. (2018). Within a hair's breadth of buying the product: The impact of tangible and intangible bodily cues of contamination: The role of disgust and mental imagery. *Applied Cognitive Psychology*, 32(5), pp. 537-549.

### *Presentation at a conference with proceedings*

SASSI, H., HELME-GUIZON, A. and GERARD, J. (2018). 'Quelqu'un a poussé un message dans ma timeline. Effets du ton du message et de la distance sociale sur l'intention de comportement et sur le bien-être'. Lille: Journée Internationale du Marketing de la Santé (JIMS, journée AFM), France.

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).

GERARD, J., SASSI, H. and HELME-GUIZON, A. (2018). 'Proximité de la source et efficacité de la communication préventive. Une approche par la Théorie de l'Auto-Détermination'. Mons: Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Belgium.

MAGNONI, F., HELME-GUIZON, A. and GERARD, J. (2016). 'Sur Facebook, quand engagement ne rime pas avec fidélité: le rôle modérateur de la familiarité objective, des bénéfices perçus et des connexions à la marque'. Paris: Journée de Recherche sur le Marketing Digital, France.

GERARD, J. and HELME-GUIZON, A. (2016). 'Effects of perceived contamination on product evaluation: the role of mental imagery'. Aix-en-Provence: Service Research Publishing Workshop, France.

GERARD, J. and HELME-GUIZON, A. (2014). 'Ne pas croquer la pomme... ou quand la contamination perçue est un frein à l'achat'. 30ème, Montpellier: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), France.

GERARD, J. and ARGO, J. (2013). 'The role of imagination in consumer contamination'. Chicago: Association for Consumer Research.

CALDARA, C. and GERARD, J. (2013). 'Does non-diagnostic touch of business documents affect the judgment of professionals and institutions?'. Chicago: Association for Consumer Research.

GERARD, J. and JONGMANS, E. (2013). 'Entre certitude et incertitude : le rôle des attributs « biologique » et « équitable » dans l'évaluation et le choix d'un produit alimentaire'. 9ème, Montpellier: 9ème Journée du Marketing Agroalimentaire à Montpellier, France.

BENLEMLIH, M. and GERARD, J. (2013). 'Does CSR communication affect individual perceptions toward banks?'. Aarhus: The 2nd International CSR Communication Conference, Denmark.

BENLEMLIH, M. and GERARD, J. (2013). 'La perception des clients à l'égard d'une communication orientée RSE : une application au contexte bancaire.'. 10ème: Congrès de l'Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE), France.

GERARD, J. and JONGMANS, E. (2012). 'Manger bio et local ? L'impact de l'origine du produit et de l'attribut biologique sur l'évaluation, la qualité perçue et l'intention d'achat d'un aliment.'. 8ème: 8ème Journée du Marketing Agroalimentaire à Montpellier, France.

GERARD, J. and HELME-GUIZON, A. (2012). 'La contamination perçue des produits : vers une meilleure compréhension de ses antécédents et de ses effets'. 11th, Venise: International Marketing Trends Conference (IMTC), Italy.