



MARIE CLAIRE WILHELM
Maître de conférences

Grenoble IAE

51 rue Barthélémy de Laffemas, 26000 Valence

www.grenoble-iae.fr

Email: Marie-claire.Wilhelm@grenoble-iae.fr

Centre de recherche: CERAG

■ INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Marketing
- Sociologie

■ DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

- Entrepreneuriat
- Management stratégique
- Marketing
- Sociologie

■ TITRES ET DIPLÔMES

Titres

Depuis 2015	Maître de conférences, Grenoble IAE, France
2014 - 2015	Attaché temporaire d'enseignement et de recherche, Grenoble IAE, France
	Doctorant, CERAG, France
	Enseignement Vacataire, Grenoble IAE, France
	Enseignement vacataire, Grenoble Ecole de Management, France
	Enseignement Vacataire, Ecole Supérieure de Commerce de Chambéry, France
	Enseignement Vacataire, Faculté de Pharmacie de Grenoble, France
	Enseignement vacataire, CNPC Seyssins, France

Diplômes

Diplôme le plus élevé :

2014	Doctorat, Sciences de Gestion, Marketing, CERAG, France <i>Compréhension du fonctionnement de l'appel à la peur et du rôle médiateur de la réactance situationnelle en communication préventive de l'anorexie</i>
2010	Diplôme National de Master, Sciences de Gestion, Marketing Master 2 Recherche, Grenoble IAE, France
2001	Grande Ecole CGE, Sciences de Gestion, Marketing, Ecole Supérieure de Commerce Nantes, France

■ IMPLICATIONS ET ACTIVITÉS ACADÉMIQUES

Activités académiques

Assistant Pédagogique, Grenoble Ecole de Management, France

Organisation des ateliers de l'axe marketing et diffusion des informations à l'axe (CERAG, 2013), CERAG, France

Encadrement de stagiaires (M1 Marketing depuis 2012, L3 MGE)

Suivi d'alternance (M2 alternance, depuis sept. 2015), France

■ ACTIVITÉS À DESTINATION DU MONDE SOCIO-ÉCONOMIQUE

Vie professionnelle

Responsable Marketing Fromageries de l'Étoile – Lancement de gammes de produit (les roulés Apéro), mise en place des promotions et actions de communication, respect budget, planning, management d'un ACP, Fromageries de l'Étoile, France

Chef de produits Keria, Keria, France

Autre expérience professionnelle

Chef de produits VICO, Intersnack France, France

Responsable du Master 1 Marketing-Vente, sur le site de Valence, France

Responsable du Master 2 Management en administration des entreprises, parcours double compétence, sur le site de Valence, France

Responsable de modules d'enseignement de M1 et M2 Marketing, France

Membre du CSI (comité de suivi individuel) des doctorants de 2^e année en Marketing, CERAG, France

Membre de jurys pour passation des étudiants en M2 Ingénierie Mktg et en L3 MGE, France

Membre du projet CDP Cosmethics, France

Membre élue des représentants des doctorants au sein des Conseils des Ecoles doctorales (CERAG, 2014-2015), CERAG, France

■ PRIX ET DISTINCTIONS

2018 Prix AFM-CCMP 2013 du Meilleur cas Pédagogique en Marketing, Association Francophone de Marketing, France

■ PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles à comité de lecture

MIGNOT, A., EPAULARD, O., GAVARD-PERRET, M.L., VALETTE, A., ABORD DE CHATILLON, E. et WILHELM, M.C. (2019). Vaccination antigrippale et intention vaccinale chez les infirmiers et aides-soignants en institution: impact de leurs perceptions des conditions de travail.. *Médecine et maladies infectieuses*, 49(4), pp. S139.

WILHELM, M.C., GAVARD-PERRET, M.L. et GEMAYEL, Y. (2019). Les effets des caractéristiques des cadeaux promotionnels, offerts par les entreprises du médicament, sur les prescriptions des médecins : Le rôle médiateur de la réactance situationnelle. *Décisions Marketing*, 96, pp. 125-140.
(CNRS: 3, FNEGE: 3)

Chapitres d'ouvrage

GAVARD-PERRET, M.L. et WILHELM, M.C. (2020). Décryptage d'une situation d'appel à la peur à l'aide des sciences du comportement Dans: Emmanuel Hirsch ed. *Pandémie 2020, éthique, société, politique*. 1st ed. Paris: Editions du Cerf, pp. 259-266.

Articles sans comité de lecture

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2020) Appeler à la peur pour protéger la population et obtenir l'effet inverse. *The Conversation*, <http://theconversation.com/fr>.

Présentations dans des conférences avec actes

WILHELM, M.C. et 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.

VERFAY, S. et WILHELM, M.C. (2018). 'Les jeunes et l'alimentation : mieux comprendre leurs motivations pour proposer des communications préventives plus efficaces'. 4ème, Lille: Journée Internationale du Marketing de la Santé (JIMS, journée AFM), France.

GAVARD-PERRET, M.L., WILHELM, M.C. et VELLERA, C. (2016). 'L'influence de la forme donnée à un test de concept sur son attractivité - explication par l'imagerie mentale'. 32ème, Lyon: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), France.

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2015). 'Appel à la peur en communication préventive : effets opposés des composantes de l'évaluation cognitivo-émotionnelle sur la réactance situationnelle'. 31ème, Marrakech: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), Maroc.

WILHELM, M.C., NURRA, C., MULLER, D., BALBO, L. et HELME-GUIZON, A. (2014). 'Emotions et messages de prévention santé : impact des émotions perçues et ressenties sur l'intention de suivre et de partager la recommandation'. 3ème, Rennes: Journée Internationale du Marketing de la Santé (JIMS), France.

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2014). 'Prévention de la maigreur extrême et de l'anorexie : efficacité de l'appel à la peur ?'. 3ème: Journée Internationale du Marketing de la Santé (JIMS, journée AFM).

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2014). 'La peur dans les messages préventifs : difficulté à susciter les perceptions de menace et d'efficacité nécessaires'. 30ème, Montpellier: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

Participations à des conférences sans actes

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2017). 'Rôle médiateur de la réactance situationnelle en communication préventive de l'anorexie et de la maigreur extrême'. Lyon, France.

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2017). 'Communication préventive de l'anorexie'. Grenoble, France.

WILHELM, M.C. (2017). 'Le marketing, outil inattendu et précieux pour améliorer la santé et le bien-être des individus, cérémonie des vœux'. Grenoble, France.

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2016). 'Fear-appeal: opposite effects on situational reactance of cognitive and emotional responses to prevention messages'. Grenoble, France.

WILHELM, M.C. et GAVARD-PERRET, M.L. (2014). 'Le rôle des médias dans le développement, le maintien et la prévention de l'anorexie et de la maigreur extrême'. 25ème, France.

WILHELM, M.C. (2013). 'Prévention primaire du risque d'anorexie et de maigreur extrême chez les jeunes femmes : efficacité du recours à la peur et du type d'argument'. La Rochelle, France.