

Monyédodo Régis KPOSSA
 Enseignant-Chercheur en Marketing
 Département: Marketing, Communication et Développement Commercial
 ☎ +33 (0)181511568
 ✉ : rkpossa@esce.fr
[Linkedin](#)

FORMATION / EDUCATION

Année	Formation
2011	Doctorat de Sciences de Gestion, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, sous la direction du Professeur Jean-François Lemoine
2005	Master Recherche de Sciences de Gestion, Université de Nantes
2004	Diplôme d'Université de l'Institut d'Economie Bancaire, Université François Rabelais de Tours
2004	Maîtrise d'Economie d'Entreprise, Université François Rabelais de Tours.

ENSEIGNEMENTS ET RECHERCHE / TEACHING AND RESEARCH

➤ *Activités pédagogiques / Teaching activities*

Cours enseignés à l'ESCE / Courses Taught at ESCE

Master	Méthodologie du Mémoire, Distribution, Méthodes quantitatives
Bachelor	Démarche Marketing, Fondamentaux du Marketing, Consommateur et Consommation, Statistiques

➤ *Thématiques de recherche / Research Areas*

La problématique de la RSE en marketing
Marketing sensoriel du produit, du point de vente et du site web
Image de marque

PUBLICATIONS ET AUTRES CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES / PUBLICATIONS

➤ *Articles dans des revues académiques / Articles published in refereed journals*

KPOSSA, M.R. and LICK, E. (2020), “Visual merchandising of pastries in foodscapes: The influence of plate colours on consumers’ flavour expectations and perceptions”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 52. [Classement FNEGE 3]
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.10.001>

- BREKA, J-N et KPOSSA, M.R (2019), « Les obstacles à la mise en place de l'économie de fonctionnalité : le cas du secteur de l'électroménager », *Revue Question(s) de Management*, Vol. 24, N°2, pp. 27-36. [Classement FNEGE 4]
<https://doi.org/10.3917/qdm.192.0027>
- LICK, E., KÖNIG, B., KPOSSA, M.R. and BULLER, V. (2017), “Sensory expectations generated by colours of red wine labels”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 37, pp.146–158. [Classement FNEGE 3]
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.07.005>
- KPOSSA, M.R. (2015), « La communication externe autour des engagements RSE dans les industries controversées : Quelle image perçue par le consommateur ? » *RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*, Vol. 16, N°2, pp. 60-74. [Classement FNEGE 4]
<https://doi.org/10.3917/rimhe.016.0060>
- AZARKINA, O. KPOSSA, M. and LICK, E. (2015), “Brand mentions in social media as a key performance indicator in the German fast moving consumer goods industry”, *International Journal of Business, Humanities and Technology*, Vol. 5, N°1, pp.62-70. [Revue non classée]

➤ *Actes de colloques / Conference proceedings*

- KILIC, S. et KPOSSA, M.R. (2018), « Image de marque employeur perçue et pratiques de management dans les entreprises controversées », *Colloque sur les Relations avec les clients, les collaborateurs et les parties prenantes, Semaine du management de la FNEGE*, Paris
- KPOSSA, M. R. and LICK, E. (2017), “The influence of visual attributes of plates on the flavour expectations and perceptions of French Macarons”, *12th Pangborn Sensory Science Symposium*, Rhode Island, USA.
- LICK, E., KÖNIG B., KPOSSA, M.R. and BULLER, V. (2016), “Choosing Effective Colors for Red Wine Labels”, *GAI International Academic Conferences Proceedings*, New York.
- BULLER, V., KPOSSA, M. et KÖNIG, B et LICK, E. (2016), “Sensory Expectations Generated by Colours of Red Wine Labels”, *1st International Workshop on Innovations in the Wine Industry*, Montpellier.
- KPOSSA, M. (2015), « Engagements RSE dans les industries controversées et communication externe : Quel impact sur l'image perçue par le consommateur ? » *12è Congrès de l'Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE)*, Strasbourg.
- KPOSSA, M. et LICK, E. (2014), “Brand mentions in social media research as a key performance indicator in the German fast moving consumer goods industry”, *19th Association Information & Management Conference*, Aix en Provence.
- KPOSSA, M. et LEMOINE, J-F. (2013), « Apports de la conscience de la valeur dans l'explication des effets de la situation d'achat sur le comportement d'achat du consommateur », *16è Colloque Etienne Thil sur le Commerce et la Distribution*, Paris ; octobre.
- KPOSSA, M. et BREKA, J. N. (2013), « Quelle est la portée des pratiques RSE des entreprises de tabac ? » *10è Congrès de l'Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE)*, Brest.

BREKA, J. N. et KPOSSA, M. (2013), « Greenwashing et image RSE perçue » ; *12th International Marketing Trends Conference*, Paris.

KPOSSA, M. (2012), « L’atmosphère du point de vente est-elle aussi importante en période de soldes qu’en période hors soldes ? » *15è Colloque Etienne Thil sur le Commerce et la Distribution*, Lille.

KPOSSA, M. (2012), « L’influence de l’atmosphère du point de vente sur le comportement d’achat du consommateur en périodes de soldes vs hors soldes », *11th International Marketing Trends Conference*, Venise.

KPOSSA, M. (2009), « L’influence des facteurs situationnels sur le comportement d’achat du consommateur : une approche modérée par la sensibilité au prix du consommateur », *Journées ALM, Bordeaux*.

ACTIVITES SCIENTIFIQUES / PROFESSIONAL SERVICES

- *Membres d’associations scientifiques / Scientific associations membership*
Membre de l’Association pour le Développement de l’Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l’Entreprise (ADERSE).
- *Rapporteur/referee auprès de revues académiques / Reviewer*
Reviewer pour la revue “Journal of Retailing and Consumer Services”.
- *Organisation de colloques / Organization of conferences*
2018 : Membre de l’équipe organisatrice du 7th International Corporate Heritage du 13 au 15 juin 2018 à Paris.
2007- 2010 : Membre de l’équipe organisatrice de la Journée du E-marketing (Université de Nantes puis Paris 1 Panthéon-Sorbonne).

PARCOURS PROFESSIONNEL / FORMER POSITION

Février 2012 à ce jour	Enseignant à l’ESCE
2012-2013 :	Chargé de cours (cours magistraux + TD) de Marketing Fondamental , de Principes de Marketing et de Comportement du Consommateur en 1ère année et en Master à l’ESC la Rochelle. Chargé de cours (cours magistraux) d’ Etudes et Recherche Marketing en 4è année, European Business School (EBS), Paris.
2011-2012	Chargé de cours (cours magistraux) d’ Etudes et Recherche Marketing en 4è année, European Business School (EBS), Paris.
2009-11	Attaché temporaire d’enseignement et de recherche (ATER) à l’Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne :

2008-09	Chargé de cours de Gestion de la Relation Client (GRC) et de Gestion Commerciale en BTS , Centre de formation des Apprentis Stephenson, Paris.
Juin-Août 2004 :	Analyste de Crédit Stagiaire à la Banque Populaire du Sud-Ouest (BPSO)- Bordeaux.
Janvier 1999 à Septembre 2001	Chargé de Clientèle ATVS-TV+ / Cotonou-Bénin - Négociation et Gestion Commerciales.