

- **Liste détaillée des publications**

*Dans le cas des productions pour lesquelles j'ai travaillé en équipe, l'ordre alphabétique des auteurs a été retenu pour les citations. Ceci, pour signifier que chaque auteur a contribué à part égale.*

**Articles dans des revues internationales à comité de lecture :**

- 1 Lafaysse L., **Lapassouse Madrid C.**, 2016, "Facebook and sustainable development: a case study of a French supermarket chain", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 44, 560 - 582
- 2 Lapassouse Madrid C, 2012, « Evaluer un site internet : une approche par le modèle G.R.P. » *Electronic Journal of Digital Entreprise*, July, 33.
- 3 Lapassouse Madrid C., 2003, « The Importance Attributed to the Service Dimension by Industrial Goods Manufacturer: The Conclusions from an Empirical Study », *The Service Industries Journal*, January.

**Articles dans des revues nationales à comité de lecture :**

- 4 Krémer F., **Lapassouse Madrid C.**, 2016, « Distribution directe et création de valeur : le cas de la vente de vin », *Systèmes alimentaires - Food Systems (Ex Economies et Sociétés)*, 1,97-121
- 5 **Lapassouse Madrid C.**, Vlad M, 2016, «Courses connectées : un cas de destruction ou de création de valeur pour les clients et les distributeurs ?» *Décisions Marketing*, 84,43-59.
- 6 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2016, « Les motivations à apprendre des étudiants et l'enseignement du marketing : une analyse via la théorie de la distance transactionnelle en formation " *Décisions Marketing*, 83, oct-dec, 49-68.
- 7 Lafaysse L., **Lapassouse Madrid C.**, 2015, « De l'opportunité d'une présence sur Facebook : Le cas d'une enseigne de distribution traditionnelle », *Gestion*, 91-102.
- 8 Krémer F., **Lapassouse Madrid C.**, 2007 « La dynamique d'évolution d'un canal de distribution dans un contexte de crise : une application au vin de Bordeaux » *Economies et Sociétés*, 9/2007.
- 9 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2007, « Intégrer les sites web dans les stratégies : concepts et modèles » *Revue Française de Gestion*, 173, avril, 145-155.
- 10 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C, 2004, « Vers un outil d'évaluation de l'intégration d'un site marchand dans l'organisation et la stratégie marketing ? » <http://www.cyber-gestion.com/default.asp> n°10, mars.
- 11 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2001, «Les options de l'intégration d'un site marchand dans la stratégie commerciale: l'exemple des vins de Bordeaux », *Gestion 2000* numéro spécial @business mai- juin, 51-71.
- 12 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2000, «L'intégration d'un site web dans la stratégie marketing: les vins de Bordeaux », *Décisions Marketing*, 19, janv. - avril, 21-28.
- 13 **Lapassouse Madrid C.**, 1999, «L'importance accordée à la dimension servicielle dans la relation fabricant - distributeur de biens industriels : différenciation stratégique ou point de passage obligé»?, *Revue Française de Marketing*, 173/174.
- 14 **Lapassouse Madrid C.**, 1997, «Le rôle de la dimension servicielle dans un contexte conflictuel : le cas de l'interaction fabricant - distributeur en milieu industriel », *Revue Française de Gestion*, mars – avril - mai 1997, 2ème trimestre.

- 15 **Lapassouse Madrid C.**, Rispal M, 1996 «La relation PMI exportatrice /interlocuteur local : proposition de classification et illustration », *Gestion 2000*, 91-99.
- 16 **Lapassouse Madrid C.**, Saporta B., 1995, «Les comportements d'intégration du marketing et de la stratégie et leurs influences sur la performance de la petite entreprise : proposition d'un cadre conceptuel préliminaire», *Revue internationale P.M.E.*, vol 8, n°2, 147-174.
- 17 Lapassouse Madrid 1991 « Comportement stratégique du distributeur industriel : différenciation ou résistance ? », *Recherche et Applications en Marketing*, Vol 6, n° 2, 99 - 110.

#### **Ouvrage :**

- 18 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., **2005**, *La dimension numérique dans la stratégie commerciale : brique.com*, Ed L'Harmattan.

#### **Chapitres d'ouvrage :**

- 19 Lapassouse Madrid C., 2015, « Le négoce du vin à Bordeaux : enjeux concurrentiels et réponses stratégiques » in Commerce inter-entreprises : les enjeux de l'intermédiation Ouvrage coordonné par C. Pardo et G. Paché Ed EMS. *Ouvrage labellisé par la FNEGE en 2016.*
- 20 Lapassouse Madrid C., 2008, « Marketing interindustriel » in marketing contextuels, coll. dirigée par M. Hlady, Dunod.
- 21 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2003 «Les composantes servicielles des systèmes d'offre électronique» in *Nouvelles technologies et innovation dans les services : approches économiques et socio- économiques*, Ouvrage collectif dirigé par F. Djellal et F.Gallouj, Editions L'Harmattan
- 22 Lapassouse Madrid C., 1996, « La relation exportateur / relais local : une approche marketing ?" in *P.M.E. et grands marchés*. Ouvrage collectif dirigé par P.A. Julien, P.Y.Léo, J.Philippe. Ed. L'harmattan.

#### **Brevets, licences, logiciels**

- 23 Chérel C., **Lapassouse Madrid C** 2002 Le produit fil rouge, méthode déposée pour apprendre le marketing autrement,
- 24 Chérel C., **Lapassouse Madrid C**, 2017, conception, production et animation du Mooc « apprendre le marketing autrement, partie I : octobre-novembre 2017, partie 2 : mars - avril 2018 FUN.

#### **Conférences internationales congrès et colloques avec actes publiés**

- 25 Lapassouse Madrid C., 2010, « Les enjeux d'un site internet dans un contexte de création d'entreprise : Proposition d'un cadre conceptuel » congrès CIFEPME.
- 26 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2002, « The contribution of digitalization to the internalization of services: reflection based on observations of practices in international services companies in Haute Garonne (France) ». 7ème séminaire International de Recherche en management des activités de Services. IAE Université Aix Marseille III.

- 27 Lapassouse Madrid C., 2002, « Les incidences des T.I.C. sur la chaîne de l'offre » Congrès sur les tendances du marketing en Europe, 25 –26 janvier, www.escp-eap.net
- 28 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2001 « Les apports de la dimension électronique à la politique d'offre : analyse conceptuelle et illustration empirique », Colloque International sur les e-usages., France Télécom, Paris Juin.
- 29 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 2000, «Les composantes servicielles des systèmes d'offre électronique», Conférence internationale Economie et socio économie des services. Lille, 23 juin,

#### **Conférences internationales, congrès et colloques avec comité de lecture**

- 30 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2015, "Retour d'expérience sur une pédagogie inversée, individualisée et interactive en marketing", Colloque e-Formation des adultes et des jeunes adultes, 3 au 6 juin, Lille

#### **Conférence nationales congrès et colloques avec actes publiés**

- 31 **Lapassouse Madrid C.**, Vlad M., 2016, « La valeur perçue des outils digitaux en matière d'achat de vin en GMS » colloque Etienne Thil, Roubaix.
- 32 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2006, « Vers un enseignement virtuel : une innovation pédagogique, l'accompagnement en ligne du produit fil rouge », *Journées Communication Apprentissage Instrumentés en Réseaux, Université de Picardie, Amiens.*
- 33 **Lapassouse Madrid C.**, Monnoyer M. C., 1999, «Le commerce électronique : révolution d'un système d'offre ou circuit de distribution supplémentaire ? L'exemple des vins de Bordeaux. », Colloque Etienne Thill, La Rochelle.
- 34 **Lapassouse Madrid C.**, Rispal M., 1996, « La relation P.M.I. exportatrice /interlocuteur local : proposition de classification et illustration », Congrès de l'Association Française de Marketing, Poitiers.
- 35 **Lapassouse Madrid C.**, 1993, « La gestion de la relation exportateur - relais local : l'analyse d'une dizaine de cas de la région Aquitaine », *Actes du Colloque " P.M.E. - P.M.I. : Développement international*, Aix en Provence, juin 1993.
- 36 **Lapassouse Madrid C.**, 1990 «Contribution d'un modèle de comportement stratégique du distributeur à l'analyse de l'évolution des canaux de distribution de produits industriels : le cas des fournitures industrielles », Congrès de l'Association française de Marketing, La Baule.

#### **Conférences nationales, congrès et colloques avec comité de lecture**

- 37 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2017 « La pédagogie d'accompagnement : questionnements autour des nouvelles postures de l'enseignant », Agora IAE, Digital & Management : quelles innovations numériques pour la pédagogie, la recherche et les équipes opérationnelles ? »,14 au 16 juin, Lyon.
- 38 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2016 « Apprendre autrement le marketing : prix PEPS 2016 » Poster présenté au Colloque La recherche au service de l'apprentissage et de l'enseignement dans le supérieur, 24 et 25 mai, Idéfi Paré, Université de Poitiers.
- 39 Chérel C., **Lapassouse Madrid C.**, 2012 « Le produit fil rouge : une innovation pédagogique personnalisée interactive », 3ème colloque ADIUT Pédagogie et Professionnalisation, Montpellier

- 40 Krémer F., **Lapassouse Madrid C**, 2008, « Distribution et contexte de crise, le cas du vin de Bordeaux » Communication lors de la journée du marketing du Vin, Bordeaux 4.
- 41 Lapassouse Madrid C., 2004, « Le cas de la commercialisation électronique des vins de Bordeaux » dans le cadre du colloque T.I.C. et P.M.E. organisé à Castres en Mai par le Centre d'Etude et d'Observation de la Cité Numérique.
- 42 Lapassouse Madrid C., 2003, « Les enjeux de l'intégration d'un site Internet dans le circuit de distribution d'une entreprise. Actes du colloque MSTM, Bayonne.
- 43 **Lapassouse Madrid C.**, Rispal M., 1998, La relation P.M.I. - interlocuteur local : validation d'une classification à partir d'une étude longitudinale intégrative», *Actes du Congrès de l'Association Française de Marketing*. Bordeaux.

**Autres :**

- 44 Chérel C., **Lapassouse Madrid C** janvier 2018 A Coaching Approach to Marketing Education: Questions Concerning the Identification of Best Practices soumission pour *Marketing Education Review*
- 45 2018 Chérel C., **Lapassouse Madrid C** décembre 2017 « Perd-on son "âme pédagogique" en animant un MOOC ? » Proposition de communication Les nouveaux défis de la pédagogie en sciences de gestion, FNEGE, mai 2018
- 46 Lapassouse Madrid C, 2001, *La dynamique des canaux de distribution interindustriels et les incidences des technologies de l'information et de la communication sur la chaîne de l'offre*, Habilitation à Diriger des Recherche en Sciences de Gestion soutenue le 11 décembre, dirigée par le Professeur Saporta, Université de Bordeaux IV.
- 47 Lapassouse Madrid C., 1999, « Le commerce électronique comme facteur de développement des P.M.E. » Région Aquitaine.
- 48 Lapassouse Madrid C., 1998 « L'interface fabricant - distributeur en milieu industriel », Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce et de l'Artisanat, Novembre.
- 49 Lapassouse Madrid C., 1993 « Les spécificités de la stratégie marketing des P.M.E. à l'échelon international », 'Association Française de Marketing, Juillet
- 50 Lapassouse Madrid C., « Un exemple d'organisation de la recherche en département Techniques de Commercialisation », *Actes du Congrès La recherche dans les IUT*, Nancy, 1992.
- 51 Lapassouse Madrid C., 1992, « Les spécificités de la réflexion stratégique dans les P.M.E. : proposition d'un modèle conceptuel d'intégration du marketing et de la finance dans le processus de décision du dirigeant » *Cahier du Centre de Recherches et d'Etudes en Gestion*, Université de Bordeaux I, Juin.
- 52 Lapassouse C., 1991, « La gestion flexible des ressources humaines : les contraintes sur la démarche marketing », *Cahiers du Lerass*, 23, 85 - 92.
- 53 Lapassouse C., 1991, « Ethique et entreprise : quelques éléments de réflexion », *Tech de Co*, 7, Printemps.
- 54 Lapassouse C, 1989, *Contribution à l'étude des facteurs d'évolution des canaux de distribution de produits industriels : l'exemple des fournitures industrielles*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion (nouveau régime), soutenue le 7 Juillet 1989, dirigée par le Professeur Saporta, Université de Bordeaux I.

- 55 Lapassouse C., *Le commerce enclavé : contribution à une réflexion sur le cas du commerce de gros interindustriel*. Projet de thèse en vue de l'obtention du D.E.A. Sciences de Gestion., I.A.E. Université de Bordeaux I, 1986