

CHRISTELE CAMELIS

Maître de conférences Sciences de Gestion – IAE REUNION
Directrice Déléguée à la Formation Initiale
Responsable Master 2 Marketing

1 allée Roche Couleur
97434 La Saline les bains

Née le 03/12/1976, France
ccamelis@univ-reunion.fr

FORMATION

<i>Juillet 2008</i>	Doctorat en Sciences de Gestion – Marketing CERGAM - IAE Aix en Provence - Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III Mention très honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité Prix de thèse ANDESE 2008 – 2 ^{ème} accessit
<i>Titre de la thèse</i>	L'influence de l'expérience sur l'image de la marque de service
<i>Directeur</i>	Professeur Pierre Eiglier – IAE Aix en Provence
<i>Co-directeur</i>	Professeur Sylvie LLosà – IAE Aix en Provence
<i>Rapporteurs</i>	Professeur Patrick Hetzel – Professeur Richard Ladwein
<i>Suffragants</i>	Professeur Jean-Louis Chandon – Professeur Bernard Pras
<i>2004 / 4 mois</i>	Séjour de Recherche - Arizona State University Center for Service Leadership dirigé par S. Brown et M.J. Bitner Séminaires doctoraux, présentation des travaux de recherche, préparation d'articles
<i>2001 -> 2004</i>	Séminaires de formation à l'enseignement supérieur CIES - Provence, Côte d'Azur, Corse

<i>2001</i>	DEA Sciences de Gestion – Option Marketing IAE Aix en Provence – Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III Mention Bien
<i>Titre du mémoire</i>	Etude exploratoire sur la nature des associations de l'image et du territoire de la marque dans les services. Application au secteur de la distribution de produits culturels
<i>Sous la direction de</i>	Professeur Pierre Eiglier et Florence Dano
<i>2000</i>	DESS Marketing Appliqué IAE Aix en Provence – Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III Mention Assez-Bien
<i>1998</i>	Maîtrise de Sciences Economiques - Option Gestion d'Entreprise FEA, Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III Programme d'échange - ERASMUS Rotterdam Universiteit, Pays-Bas Mention Bien
<i>1997</i>	Licence de Sciences Economiques - Option Gestion d'Entreprise FEA, Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III
<i>1996</i>	DEUG de Sciences Economiques FEA, Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III Mention Assez-Bien
<i>1994</i>	Baccalauréat série C - Lycée Fénelon, Toulon Mention Assez-Bien

LANGUES

Anglais : lu, écrit, parlé
Allemand : notions

INFORMATIQUE

Word, Excel, Powerpoint, Acces, SPSS, Sphinx, Internet

EXPERIENCES ACADEMIQUES

<i>Sept 2009 -> Aujourd'hui</i>	<p>Maître de Conférences – Sciences de Gestion Directrice Déléguée à la Formation Initiale Responsable pédagogique Master 2 Marketing IAE REUNION, Université de La Réunion</p>																						
<i>Enseignements</i>	<table border="0"> <tr><td>Marketing</td><td style="text-align: right;">L3</td></tr> <tr><td>Etudes de marché</td><td style="text-align: right;">M1</td></tr> <tr><td>Analyse de données</td><td style="text-align: right;">M1</td></tr> <tr><td>Mesure et Modélisation</td><td style="text-align: right;">M2</td></tr> <tr><td>Méthodologie de mémoire</td><td style="text-align: right;">M2</td></tr> <tr><td>Marketing des services</td><td style="text-align: right;">L3 - M1 – M2</td></tr> <tr><td>Gestion de la relation client</td><td style="text-align: right;">M1</td></tr> <tr><td>Marketing de la marque</td><td style="text-align: right;">M1 – M2</td></tr> <tr><td>La recherche en Marketing</td><td style="text-align: right;">Programme doctoral</td></tr> <tr><td>Encadrement mémoires</td><td style="text-align: right;">M2</td></tr> <tr><td>Suivi projet création d'entreprise de service</td><td style="text-align: right;">M1 – M2</td></tr> </table>	Marketing	L3	Etudes de marché	M1	Analyse de données	M1	Mesure et Modélisation	M2	Méthodologie de mémoire	M2	Marketing des services	L3 - M1 – M2	Gestion de la relation client	M1	Marketing de la marque	M1 – M2	La recherche en Marketing	Programme doctoral	Encadrement mémoires	M2	Suivi projet création d'entreprise de service	M1 – M2
Marketing	L3																						
Etudes de marché	M1																						
Analyse de données	M1																						
Mesure et Modélisation	M2																						
Méthodologie de mémoire	M2																						
Marketing des services	L3 - M1 – M2																						
Gestion de la relation client	M1																						
Marketing de la marque	M1 – M2																						
La recherche en Marketing	Programme doctoral																						
Encadrement mémoires	M2																						
Suivi projet création d'entreprise de service	M1 – M2																						
<i>2004 -> 2005</i>	<p>Attaché Temporaire à l'Enseignement et à la Recherche (ATER) - Sc. de Gestion Institut Management Public et Gouvernance Territoriale, IMPGT Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III</p>																						
<i>Enseignements</i>	<table border="0"> <tr><td>Gestion de la clientèle et des usagers</td><td style="text-align: right;">L3</td></tr> <tr><td>Méthodes d'enquêtes et d'entretiens</td><td style="text-align: right;">M1</td></tr> <tr><td>Initiation à la gestion</td><td style="text-align: right;">L2</td></tr> <tr><td>Marketing des services</td><td style="text-align: right;">L3</td></tr> <tr><td>Marketing services marchands et non marchands</td><td style="text-align: right;">M1</td></tr> </table>	Gestion de la clientèle et des usagers	L3	Méthodes d'enquêtes et d'entretiens	M1	Initiation à la gestion	L2	Marketing des services	L3	Marketing services marchands et non marchands	M1												
Gestion de la clientèle et des usagers	L3																						
Méthodes d'enquêtes et d'entretiens	M1																						
Initiation à la gestion	L2																						
Marketing des services	L3																						
Marketing services marchands et non marchands	M1																						
<i>2001 -> 2003</i>	<p>Allocataire - Moniteur - Sciences de Gestion IUP Management Public Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III</p>																						
<i>Enseignements</i>	<table border="0"> <tr><td>Initiation à la gestion</td><td style="text-align: right;">L2</td></tr> <tr><td>Marketing des services</td><td style="text-align: right;">L3</td></tr> <tr><td>Marketing territorial</td><td style="text-align: right;">M1</td></tr> </table>	Initiation à la gestion	L2	Marketing des services	L3	Marketing territorial	M1																
Initiation à la gestion	L2																						
Marketing des services	L3																						
Marketing territorial	M1																						
<i>Autre IMPGT</i>	<p>Encadrement stages et mémoires de fin d'année (5 étudiants par an) Membre du jury de soutenance des mémoires de fin d'année (15 étudiants par an)</p>																						
Vacations																							
<i>2004 -> 2008</i>	<p>IAE Aix en Provence Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III</p>																						
<i>2001 -> 2008</i>	<table border="0"> <tr><td>Marketing fondamental</td><td style="text-align: right;">M1 Gestion</td></tr> <tr><td>Recherche commerciale</td><td style="text-align: right;">M2 Management Activités Services</td></tr> <tr><td>Simulation MARKSTRAT</td><td style="text-align: right;">M2 Double Compétences</td></tr> </table>	Marketing fondamental	M1 Gestion	Recherche commerciale	M2 Management Activités Services	Simulation MARKSTRAT	M2 Double Compétences																
Marketing fondamental	M1 Gestion																						
Recherche commerciale	M2 Management Activités Services																						
Simulation MARKSTRAT	M2 Double Compétences																						
<i>2005</i>	<table border="0"> <tr><td>Simulation MARKSTRAT</td><td style="text-align: right;">M2 Double Compétences</td></tr> </table>	Simulation MARKSTRAT	M2 Double Compétences																				
Simulation MARKSTRAT	M2 Double Compétences																						
<i>Autre IAE</i>	<p>Encadrement projets création d'entreprise de services M2 MAS (10 projets par an) Encadrement stages et mémoires de fin d'année M1 et M2 MAS (2 étudiants par an)</p>																						
<i>2008</i>	<p>Reims Management School, RMS Reims Marketing des services</p>	Mastère (20h)																					
<i>2008 - 2009</i>	<p>Estonian Business School, EBS Tallinn Estonie Services marketing</p>	MBA (2 x 20h anglais)																					
<i>2007</i>	<p>EUROMED Marseille - Ecole de Management, Marseille Marketing des services</p>	M2 Entertainment (20h)																					
<i>2009</i>	<p>Marketing fondamental</p>	Bachelor (2 x 27h anglais)																					

ACTIVITES DE RECHERCHE

- Intérêts scientifiques** Management des activités de services, Management de la marque, Tourisme, Satisfaction client, Interactions client-client, Comportements déviants des clients
- Thèse de doctorat** « L'influence de l'expérience sur l'image de la marque de service » – Juillet 2008
Sous la direction de P. Eiglier & S. Llosa
Mention très honorable avec félicitations du jury à l'unanimité
CERGAM - IAE Aix en Provence - Université Paul Cézanne, Aix-Marseille III
Prix de thèse ANDESE 2008 – 2^{ème} accessit
- Publications revues à comité de lecture**
- (6) C. Camelis, C. Maunier & S. Llosa, « Gestion de la satisfaction et de l'insatisfaction des touristes : les apports du modèle Tétraclasses », *Management et Avenir*, Vol.3, n°77, p.137-162, 2015
- (5) A. Benbouja, C. Camelis & V. Moisson, « Les comportements téléphoniques déviants des clients », *Economie et Société*, V. 47, Issue 3-4, p.419-441, 2013
- (4) C. Camelis, F. Dano, K. Goudarzi, V. Hamon & S. Llosa, « Le rôle des « co-clients » et leurs mécanismes d'influence sur la satisfaction globale durant une expérience de service », *Recherche et Application en Marketing*, V. 28, n°1, p. 1-24, 2013
Papier primé par l'AFM / SYNTEC en 2014
- (3) C. Maunier & C. Camelis, « Towards an identification of elements contributing to satisfaction with the tourism experience », *Journal of Vacation Marketing*, V.19, n°1, January, 2013
- (2) C. Camelis & S. Llosa, « Intégrer l'expérience dans la gestion de l'image de la marque de service », *Décisions Marketing*, n°61, Janvier-Mars, 2011
- (1) C. Camelis, « L'influence de l'expérience sur l'image de la marque de service », *Vie et Sciences Economiques*, n°182, Février, 2010
- Actes de colloques à**
- (18) G. Pothin & C. Camelis, « Cherté perçue ou sentiment de vie chère : étude exploratoire et proposition d'un cadre conceptuel », 13^{ème} Journée Normandes de Recherche sur la Consommation, JNRC, Rouen, 27-28 novembre, 2014
- (17) C. Camelis, C. Maunier & S. Llosa, « What elements are important in the construction of tourist satisfaction ? », International 8th Service Research Conference, SERVSIG, AMA, Thessalonique, Greece, 13-15 Juin, 2014
- (16) C. Camelis & C. Maunier, « Tourist satisfaction : do the experience elements have a stable contribution across destinations ? » 13^{ème} Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Services, La Londe les Maures, 28 – 30 Mai, 2014
- (15) C. Camelis, C. Maunier & S. Llosa, « Faut-il envisager différemment la gestion de la satisfaction et de l'insatisfaction des touristes ? », 1^{ère} Conférence Annuelle AFMAT, 21 mai, Aix en Provence, 2014
- (14) A-C. Marchat & C. Camelis, « L'image de marque de la destination et son impact sur le comportement du consommateur-touriste », 1^{ère} Conférence Annuelle AFMAT, 21 mai, Aix en Provence, 2014
- (13) C. Camelis, F. Dano & V. Hamon « The influence of other customers on satisfaction towards the service », 12^{ème} Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Services, La Londe les Maures, 29 Mai – 1^{er} Juin, 2012
- (12) A. Benbouja, C. Camelis & V. Moisson « Les comportements téléphoniques déviants des clients », 1^{ère} Journée d'Etudes Internationales sur la Gestion des Clients, Université Paris Est, 30 Mars, 2012

(11) K. Goudarzi, C. Camelis & S. Llosa « Comportements déviants des clients et satisfaction », 1^{ère} Journée d'Etudes Internationales sur la Gestion des Clients, Université Paris Est, 30 Mars, 2012

(10) C. Camelis, F. Dano, K. Goudarzi, V. Hamon & S. Llosa « How other customers influence client satisfaction during the service delivery », *World Marketing Congress*, Academy of Marketing Science, Reims, 19-23 Juillet, 2011

(9) K. Goudarzi, C. Camelis, F. Dano & S. Llosa, "How other customers influence client satisfaction during the service delivery", *The Naples Forum of Services*, Capri, June 14th-17th, 2011 /

(8) C. Camelis, F. Dano, K. Goudarzi, V. Hamon & S. Llosa, « Et les autres clients alors? Quels rôles jouent-ils dans la satisfaction des consommateurs pendant l'expérience de service? », *27ème Congrès International de Marketing*, AFM, Bruxelles, 18-20 Mai, 2011 /

(7) C. Maunier & C. Camelis, « Towards an identification of elements contributing to the tourism experience satisfaction: a global approach », *5ème journée AFM sur le Marketing du Tourisme et du Loisir*, AFM, Archamps, 12 Avril, 2011

(6) C. Camelis, « Introduction to the concept of experiential intensity and its influence on service brand image », 11^{ème} Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Services, La Londe les Maures, 25-28 Mai, 2010

(5) C. Camelis & S. Llosa, « Expérience de service et image de marque : implications managériales », 25^{ème} Congrès International de Marketing, AFM, Londres, Mai, 2009

(4) C. Camelis, « Expérience de service et image de marque: le rôle de la première expérience », 10^{ème} Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Services, La Londe les Maures, 27-30 Mai, 2008

(3) C. Camelis, « Le contenu de l'expérience de service du point de vue du consommateur », 7^{ème} Congrès des Tendances du Marketing, Venise, 17-19 Janvier, 2008

(2) C. Camelis, « L'image de marque dans les services: Etude exploratoire sur la nature des associations à la marque : Application au secteur de la distribution de produits culturels », 7^{ème} Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Services, La Londe les Maures, Juin, 2002

(1) C. Camelis, « L'image de marque dans les services: Etude exploratoire sur la nature des associations à la marque », Research Workshop on Brand Management, AFM, Paris, Décembre, 2002

Ouvrage collectif

(1) P. Eiglier, J. Barraux, C. Camelis, F. Dano, K. Goudarzi, A.M. Guérin, S. Llosa *La logique services – Marketing et stratégie*, Economica, 2010

Encadrement travaux de recherche

Co-direction de thèse depuis septembre 2012 avec Pr. M. Boyer (AC Marchat & G. Pothin - CEMOI - IAE REUNION)

Contrats de recherche

(2) Région Réunion
Porteur de projet : « La gestion de l'expérience touristique » (2014-2016)

(1) SNCF
Projet : « L'influence de co-clients » (2008-2010)

Reviewing

Congrès annuel AFM
Prix du meilleur cas AFM-CCMP
Journée AFM sur la Gestion des clients
Séminaire International de Recherche en Management des activités de service

Participation réseaux

Membre du conseil d'unité du laboratoire CEMOI (depuis 2010)
Membre Association Française du Marketing (AFM)
Membre Academy of Marketing Science (AMS)
Membre Association Francophone en Management du Tourisme (AFMAT)
Membre du bureau de l'Association Marketing de La Réunion (AMR)

Organisation colloque Membre du comité d'organisation AIM 2011, La Réunion

Enseignements doctorant « La recherche en marketing » (10h)

AUTRES EXPERIENCES PROFESSIONNELLES
--

2008 **Casino Barrière** - Mission de conseil
Etudes et recommandations sur l'intégration des nouveaux joueurs

2000 **GFK - Sofema**, Paris
Stage - 3 mois
Leader européen des Etudes Marketing
Service Etudes Spécialisées : B to B, Services
Assistante chargée d'études

1998 -> 1999 **Valeo Distribution**, St Ouen
Stage / CDD - 16 mois
Premier Equipementier Automobile Français
Service Marketing
Assistante Chef de Projet
Assistante Chef de Produits Véhicules Industriels