



**MARIE-LAURE GAVARD-PERRET**  
Professeur des Universités

Grenoble IAE  
525 Avenue Centrale, 38400 Saint-Martin-d'Hères  
<https://www.grenoble-iae.fr>

Email: [Marie-Laure.Gavard-Perret@grenoble-iae.fr](mailto:Marie-Laure.Gavard-Perret@grenoble-iae.fr)  
Centre de recherche: CERAG

## ■ INTÉRÊTS DE RECHERCHE

---

- Marketing
- Marketing social, communication préventive, communication persuasive, créativité

## ■ DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

---

- Marketing
- Marketing

## ■ BIOGRAPHIE

---

Professeure des universités en sciences de gestion, spécialité Marketing, Marie-Laure Gavard-Perret est actuellement directrice de l'école doctorale en sciences de gestion de Grenoble (EDSG). Elle est aussi membre élue du conseil du Pôle de Recherche en Sciences Sociales (PSS). Elle fait également partie du conseil de l'IAE, du conseil du laboratoire CERAG et préside le conseil de l'EDSG. Dans le cadre du collège des écoles doctorales, elle participe au Directoire élargi et au Conseil du CED ainsi qu'à diverses commissions.

Tout au long de sa carrière, et de manière continue, elle a assumé des responsabilités diverses au sein des institutions dans lesquelles elle a été recrutée (porteur de mention de master, responsable de différents programmes comme le M2 Quanti ou le master Recherche en Marketing à Grenoble IAE, VP CA de l'UPMF, etc.) et s'est aussi régulièrement impliquée dans l'association scientifique du Marketing (AFM), par exemple comme VP Communication ou comme VP Publications.

Elle s'implique aussi de manière régulière dans des projets de recherche, que ce soit en direction ou en participation (comme actuellement en coporteuse du WP3 du CDP Cosmetics).

Elle compte diverses publications de rang 2 et 3 CNRS.

## ■ TITRES ET DIPLÔMES

---

### *Diplômes*

### *Diplôme le plus élevé :*

- |      |   |
|------|---|
| 1999 | Agrégation du supérieur en Sciences de Gestion, Sciences de Gestion, Marketing, Université de Lille 2, France |
| 1998 | Habilitation à Diriger des Recherches, Sciences de Gestion, Marketing, Grenoble IAE, France                   |
| 1991 | Doctorat, Sciences de Gestion, Marketing, Université Grenoble 2, France                                       |

*Articles à comité de lecture*

VELLERA, C., M.-L.GAVARD-PERRET - "Identifier les individus créatifs par leur capacité d'imagerie mentale" - 2016, *Décisions Marketing*, France

RAÏËS, K., H.MUHLBACHER, M.-L.GAVARD-PERRET - "Consumption community commitment: Newbies and longstanding members' brand engagement and loyalty" - 2015, *Journal of Business Research*

RAÏËS, K., M.-L.GAVARD-PERRET - "Brand Loyalty Intention among Members of a Virtual Brand Community: The Dual Role of Commitment" - 2011, *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*

BOESEN-MARIANI, S., P.GOMEZ, M.-L.GAVARD-PERRET - "L'orientation régulatrice: un concept prometteur en marketing" - 2010, *Recherche et Applications en Marketing*

GAVARD-PERRET, M.-L., A.HELME-GUIZON - "L'analyse de données textuelles en marketing : comparaison de 3 logiciels français" - 2004, *Décisions Marketing*

GAVARD-PERRET, M.-L., A.HELME-GUIZON - "L'imagerie mentale : un concept à (re)découvrir pour ses apports en marketing" - 2003, *Recherche et Applications en Marketing*

GAVARD-PERRET, M.-L. - "Impact du commerce électronique sur les choix marketing" - 2003, *Décisions Marketing*, France

GAVARD-PERRET, M.-L. - "D'un marketing aux valeurs masculines à un marketing aux valeurs féminines" - 2000, *Décisions Marketing*, France

*Ouvrages et édition d'ouvrages*

GAVARD-PERRET, M.-L., D.GOTTELAND, C.HAON, A.JOLIBERT - "Méthodologie de la recherche en sciences de gestion" - 2018, *Pearson*

DUBOIS, P.-L., A.JOLIBERT, M.-L.GAVARD-PERRET, C.FOURNIER - "Le marketing – Fondements et pratiques" - 2013, *Economica*, Paris

GAVARD-PERRET, M.-L., D.GOTTELAND, C.HAON, A.JOLIBERT - "Méthodologie de la recherche en sciences de gestion" - 2012, *Pearson*

*Articles sans comité de lecture*

ASSAF, C., M.-L.GAVARD-PERRET - "Mieux comprendre le concept de la générativité: dimensionnalité, mesure et influence de l'âge - Le cas du Liban" - 2018, *Review of Economics and Business Administration*

VELLERA, C., M.-L.GAVARD-PERRET - "A better understanding of the role and underlying mechanism of stimulating mental imagery in improving the creativity of "ordinary" users" - 2016, *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*

BALBO, L., M.-L.GAVARD-PERRET - "Effects of message framing on intentions towards the Pap test: Moderation by the objective of the recommended behavior, mediated by the valence of mental imagery" - 2015, *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*

WERLE, C., S.BOESEN-MARIANI, M.-L.GAVARD-PERRET, S. BERTHAUD - "Preventing Youth Obesity: The Efficacy of the Social Risk Argument on Eating Intentions and Behaviors" - 2012, *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*

*Présentations dans des conférences avec actes*

GAVARD-PERRET, M.-L., S.BERTHAUD, L.CARSANA - "Congruence/incongruence : vers une remise en cause de l'unicité et de la bipolarité du concept ?" - 2012, *Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM)*, 28ème, Brest