



Prénom NOM :

Maria-Cristiana MUNTIIU

Fonction/Grade :

Enseignant-chercheur

e-Mail :

munthiu.cristiana@gmail.com

Section CNU :

Section CNU 06

CARRIERE

| | |
|---|---|
| Domaine de spécialité | Comportement du consommateur/ Marketing Digital/Marketing des services |
| Diplôme(s) et distinction(s) | <p>Post-doctorat, Université d'Amiens (UPJV). Doctorat en sciences de gestion. Certificat de Traducteur Interprète (anglais). Master 2 en Marketing et Communication des Affaires, Université Germano-Roumaine de Sibiu, Roumanie. Master 2 en Langues Etrangères Appliquées, option Business English, Université Lucian Blaga de Sibiu, Roumanie. Licence en Sciences de Gestion, Université Germano-Roumaine de Sibiu, Roumanie. Licence en Lettres (anglais - français), Université Lucian Blaga de Sibiu, Roumanie.</p> |
| Expérience(s) professionnelle(s) antérieure(s) | <p>2019-présent : Enseignante-chercheure permanente, Ecole Supérieure de Commerce (ESC), Amiens. 2016-2019 : A.T.E.R en Sciences de gestion, ICSV, Conservatoire National des Arts des Métiers (CNAM), Paris. 2015-2016 : A.T.E.R en Sciences de gestion, IAE d'Amiens, Université de Picardie Jules Verne (UPJV). 2014-2015 : Chargée d'enseignement Schiller International University, campus de Paris, CNAM Picardie (Amiens), IFAG (Amiens), IDRAC (Amiens), SUP de COM (Amiens). 2011-2013 : Chargée d'enseignement et de recherche, Académie d'Etudes Economiques de Bucarest, Roumanie. 2009-2011 : Chargée d'enseignement, Université Alma Mater de Sibiu, Roumanie.</p> |
| Responsabilités pédagogiques | <p>2017-2018 : Responsable de l'U.E. « Marketing stratégique » dans le cadre du Master Droit Economie Gestion (DEG), mention marketing vente, parcours vente distribution, CNAM Paris. 2016-2017 : Responsable de l'U.E. « Stratégie commerciale » dans le cadre du Master Droit Economie Gestion (DEG), mention marketing vente, parcours vente distribution, CNAM Paris.</p> |

| | |
|----------------------------|---|
| Matières enseignées | Brands and International Strategy, Consumer Behaviour, Branding and Innovation, Marketing des services, Communication, Corporate Social Responsibility. |
|----------------------------|---|

CONTRIBUTIONS INTELLECTUELLES

| | |
|---|--|
| Domaine(s) de recherche (Préciser les thèmes de recherche) | Comportement du Consommateur : décision d'achat, satisfaction, comportement du consommateur en ligne (internaute, mobinaute...), avis en ligne, préoccupation à la vie privée en ligne. Marketing des Services : les services éducatifs en ligne, la perception de la qualité des services, attentes, modèles de qualité des services. Marketing Digital: réseaux sociaux, utilisation des technologies informationnelles, ubiquité technologique, forums de discussion. Marketing « vert » responsable : greenwashing, capital écologique de la marque, bio, commerce équitable, zéro déchet. |
| Laboratoire(s) de rattachement | Laboratoire d'Economie, Finance, Management et Innovation (LEFMI) |
| Responsabilité(s) scientifique(s) (Membre d'organisation scientifique, comités éditoriaux, activités d'évaluateur...) | <ul style="list-style-type: none"> - Membre de l'Association Française de Marketing (AFM). - Membre de Monetary Research Center (MRC), Sofia, Bulgarie. - Membre de Center for International Collaboration in Economic Research (CICER), RUDN University, Moscou, Russie. - Membre de l'Association for Information Systems (AIS). - Reviewing pour KMIKS 2019 : 4th International Conference on Knowledge Management, Information and Knowledge Systems, 24-26 of April, 2019, Casablanca, Maroc. - Reviewing pour IBIMA 2017 : 8-9 Novembre 2017, Madrid, Espagne. - Reviewing pour IBIMA 2016 : 9-10 Novembre 2016, Séville, Espagne. |
| Séjours de recherche | Février 2013 - Août 2013 – Bourse de mobilité doctorale, CRIISEA, EA 4286, Université d'Amiens (UPJV). |
| Organisation de conférence | 2009-2011 : Membre du comité d'organisation de conférences internationales et du comité d'organisation de sessions scientifiques annuelles des étudiants, Université Alma Mater de Sibiu, Roumanie. |

Détail des références sur les 5 dernières années

| | |
|--------------------------------------|---|
| Ouvrages/Chapitres d'ouvrages | <p>2021. <i>Le greenwashing dans les réseaux sociaux</i>, chapitre de l'ouvrage collectif « La voix des consommateurs : affirmation, impuissance ou ambivalence ? », études réunies par Oliviane Brodin et Joël Muller, Artois Presses Université, Droit et Sciences économiques, p. 141-178.</p> <p>2018. (avec Petitprêtre, B.) <i>Max Havelaar : Du roman de la dénonciation à la fiction inavouée</i>, dans « La réalité de la fiction ou de relations entre fiction, narration, discours et récit », sous la direction de Benoit Petitprêtre, Sonny Perseil et Yvon Pesqueux, L'Harmattan.</p> |
|--------------------------------------|---|

| | |
|--|---|
| <p>Autres publications</p> | <p>2021. <i>Une digitalisation qui (r)assure : analyse des avis en ligne des assurances santé pendant la pandémie de la COVID-19</i>, article paru dans « Les bonnes feuilles de l'assurance », No.2, Novembre 2021, Editions ESKA, p. 84-105.</p> <p>2020. <i>Satisfait ou pas de son assurance auto ? Une étude des avis en ligne des consommateurs français</i>, article paru dans « Les bonnes feuilles de l'assurance », No.1, Décembre 2020, Cercle Lab, p.158-183.</p> |
| <p>Communications, Colloques /conférences</p> | <p>2020. (avec Guerfel-Henda, S.) <i>De si fidèles salariés : analyse des expériences collaborateurs</i>, communication, La 2ème Journée de Recherche sur le Marketing des Ressources Humaines (avec actes), 15 octobre 2020 – Université Lyon 2.</p> <p>2019. <i>L'addiction au smartphone et la nomophobie : une revue de la littérature et perspectives de recherche en comportement du consommateur</i>, La 2ème Journée Interdisciplinaire de Recherche sur les Décisions et les Comportements des Consommateurs (JIRD2C), 3 décembre 2019, IUT DE PARIS & LIRAES, Université Paris Descartes.</p> <p>2018. (avec Petitprêtre, B.) <i>Commerce équitable nord-nord et activisme digital, quel rôle pour les expressions des consommateurs et des producteurs dans un projet en perpétuelle redéfinition?</i>, 15^{ème} Congrès de l'ADERSE, « Gouvernance et RSE » 22-23 Mai 2018, Cité Internationale Universitaire de Paris, France.</p> <p>2017. (avec Changeur, S., Mathieu, D.) <i>Une étude des réactions digitales des consommateurs face au greenwashing perçu d'un produit impliquant : le cas des cosmétiques bio</i>, Journées Normandes de la Recherche et Consommation (JNRC), 23-24 Novembre 2017, Havre, France.</p> <p>2017. (avec Changeur, S. et Mathieu, D.) <i>Quand la marque « bio » lave plus vert : une étude des réactions des consommateurs face au greenwashing sur le marché du bio</i>, 33^{ème} Congrès International de l'AFM), 17-19 mai 2017, Tours, France.</p> <p>2016. <i>E-service quality dimensions which influence students' satisfaction: an empirical study on educational services</i>, 7th International Research Meeting in Business and Management, IPAG Business School, 11-12 Juillet 2016, Nice, France.</p> |
| <p>Prix et distinctions</p> | <p>2010-2013 : Bourse doctorale accordée par l'Union Européenne (classée 1^{ère}) : projet DOCCENT (FONDS SOCIAL EUROPÉEN), n°POSDRU/107/1.5/S/77213, <i>Ph.D. for a career in interdisciplinary economic research at the European standards</i>, Académie d'Etudes Economiques de Bucarest, Roumanie.</p> <p>2004-2010 : Bourse sur critères universitaires (européens) de l'Université Lucian Blaga de Sibiu, Roumanie</p> |