

**Civilité :**

**NOM :** GRIMAL

**Prénom :** Laurent

**Section(s) CNU :** 05

**Discipline :** Sciences économiques

**Corps-Grade :** MCF

**HDR :** NON

**Université de rattachement :** Université de Haute Alsace<sup>2</sup>

**Laboratoire :** Laboratoire UHA : Bureau D'Economie Théorique et Appliquée (BETA – UMR 7522) ou Autre Labo :

**Fonction :** Maitres de conférences

**Adresse mail professionnelle :** laurent.grimal@uha.fr

\*\*\*\*\*

### **ACTIVITES d'ENSEIGNEMENT**

Enseignements en 2024/25/2020 :

1. Yield management (Licence 3 Cadre<sup>2</sup>, UHA BS – Université de Séville)
2. Structures de marchés et formation des prix (Licence 2 Cadre<sup>2</sup>, UHA BS – Université de Séville)
3. Economie circulaire et éco conception (Licence 3 marketing et Licence 3 SDV – parcours Agronomie et Agroalimentaire)
4. Economie agricole et agroalimentaire (Licence 3 SDV – parcours Agronomie et Agroalimentaire, UHA FST)
5. Microéconomie I (International Business Management – BUT 1)
6. Pilotage et suivi des projets en innovation alimentaire (L3 Marketing & Master Marketing et Vente)

\*\*\*\*\*

### **ACTIVITES de RECHERCHE**

1. Cuq, Dumas, Grimal, Maillard, Moussier, Trystram, Muniglia (2021), Engager l'apprenant dans son processus d'apprentissage : vers un contrat d'apprenance qui aligne métiers, formation et évaluation », colloque QPES Questions de Pédagogies dans l'Enseignement Supérieur, La Rochelle.
2. Grimal Rivot (2017), *Perception of quality signs in the wine market. The case of the organic labels for Alsatian wine*, XIX Colloque EuAWE, Bologne.
3. Moreno Moreno, Velasco Morente, Grimal (2016), Natural Disposability and Managerial Disposability by using the Malmquist Index Measurement Radial approach: An Application for the Main Wine Exporters, XXIII Colloque EuAWE, Colmar.
4. Grimal Rivot (2016), Willingness to Pay for Different Types of Consumers for the Alsace Wine, XXIII Colloque EuAWE, Colmar.
5. Grimal Guerlain (2014), Mass customization in apparel industry: Implication of consumer as co-creator, *Journal of economics & management*, 15 : 105-121

\*\*\*\*\*

### **ACTIVITES ADMINISTRATIVES**

- 2024 : Directeur des études, UHA Business School
- 2024-2029 : responsable du projet AMI Compétences et Métiers d'Avenir Homabra'30 (Houblon – malterie – Brasserie) pour le Campus des Métiers et Qualifications Agroalimentaire Grand Est
- 2018 – 2028 : Responsable actions déploiement / modèle économique du projet PIA NCU HILL (Hybrid innovative learning Lab)
- 2013 - 2024 : Directeur de la Faculté de Marketing et d'Agrosciences jusqu'en novembre 2023 puis Administrateur provisoire de l'UHA Business School jusqu'en juin 2024 – Université de Haute Alsace
- 2016 – 2024 : Pilote du Campus des Métiers et des Qualifications en Agroalimentaire (CMQ co-porté par Académie de Strasbourg, DRAAF, Région Grand Est et Université de Haute Alsace)
- Responsable pédagogique du cursus binational franco-espagnol CADRE<sup>2</sup> (Université de Haute Alsace – Université de Séville)
- 2012 – 2016 & 2016 – 2020 : Membre élu de la CFVU de l'Université de Haute Alsace et du Conseil Académique de l'Université de Haute Alsace
- 2014 – 2018 : Membre du Conseil de direction de l'*European Association of Wine Economists*

Civilité : Madame  
NOM : SIMON  
Prénom : Françoise  
Section(s) CNU : 06  
Discipline : Management – Marketing

Corps-Grade : PR

HDR : (oui / non) OUI

Université de rattachement :  
Laboratoire : Laboratoire UHA CREGO ou Autre Labo :

Fonction : Directrice du CREGO - Site UHA

Adresse mail professionnelle : francoise.simon@uha.fr

\*\*\*\*\*  
**ACTIVITES d'ENSEIGNEMENT**

Branding – Comportement du consommateur – Méthodologie de la recherche – Etudes qualitatives – Analyse de données quantitatives et lexicales

\*\*\*\*\*  
**ACTIVITES de RECHERCHE**

Thématiques de recherche : Marketing de la relation à la marque – Communication de marque – Résistance aux innovations

Dernières publications dans des revues internationales :

- Simon, F., & Schweitzer, V. (2023). When smart meters backfire on energy transition internalization: Ethical electricity suppliers' mitigation of consumer data vulnerability and attendant psychological disempowerment. [*Technological Forecasting and Social Change*, 194, 122738 [FNEGE 2]
- Simon, F. & Bontour, A. (2023), Conveying brand authenticity through television advertising in a transmedia world, *Journal of Marketing Management*, 39 (15-16), 1645-1671[FNEGE 3]
- Schweitzer, V. & Simon, F. (2021), Self-construals as the locus of paradoxical consumer empowerment in self-service retail technology environments, *Journal of Business Research*, 126, 291-306 [FNEGE 2]
- Simon, F. & Roederer, C. (2019), When social intrusiveness depletes customer value: a balanced perspective on the agency of simultaneous sharers in a commercial sharing experience, *Psychology & Marketing*, 36, 1082–1097 [FNEGE 2]
- Simon, F. & Tossan, V. (2018), Does brand-consumer social sharing matter? A relational framework of customer engagement to brand-hosted social media, *Journal of Business Research*, 85, 175-184 [FNEGE 2]

\*\*\*\*\*  
**ACTIVITES ADMINISTRATIVES**

Directrice du laboratoire CREGO-UHA  
Responsable du master 2 METOMA (UHA)

Civilité : Madame

NOM : BENNAGHMOUCH-MAIRE

Prénom SALOUA

Section(s) CNU : 5

Discipline : Sciences économiques

Corps-Grade : Maitre de Conférences HC-CE

HDR : (oui / non) : non

Université de rattachement : UHA

Laboratoire : Laboratoire UHA : LISEC UR 2310

Fonction : Maitre de Conférences/ Directrice UHA Business Shool

Adresse électronique professionnelle : saloua.bennaghmouch@uha.fr

\*\*\*\*\*

### ACTIVITES d'ENSEIGNEMENT (4 dernières années)

#### 1. Les principaux enseignements

- Management des organisations
- Management et économie de l'innovation
- Management des ressources humaines et GPEC (Gestion Prévisionnelle des emplois et des compétences), management d'équipe, ...
- Management de projet
- Analyse de données/ Étude de marché
- Économie internationale
  - Méthodologie de recherche

#### 2. Présentation des enseignements / publics

- Les enseignements réalisés dans trois composantes de l'Université de Haute-Alsace : à la L'UHA BS et FLSH
- Ils ont été dispensés à tous les niveaux de diplômes proposés (L2, L3, M1 et M2).

#### 3. Encadrement de stage et mémoires

- Dans plusieurs parcours de formation et à de plusieurs niveaux (L2, L3, M2) et de différents cursus (Marketing, IIMSE, CADRE, IBM).
- Suivi d'étudiants en formation en alternance de niveau Master 1 ou Master 2 (en moyenne 10/ans)

\*\*\*\*\*

### ACTIVITES de RECHERCHE (4 dernières années)

#### 1. Présentation synthétique des thématiques de recherche

L'activité de recherche se situe à l'interface de plusieurs champs, économie de l'innovation, économie de l'éducation et de la formation et économie internationale et portent sur l'évaluation de dispositifs éducatifs et sur la nature, la gestion et l'évolution des savoirs ainsi que leurs conséquences sur les structures organisationnelles et économiques. Ces travaux se ventilent autour de quatre axes reflète de la diversité des angles d'attaque. Une première série de travaux porte sur l'efficacité interne et externe des systèmes éducatifs sur le plan économique. Une deuxième série de travaux s'intéresse à l'introduction de l'innovation dans les systèmes éducatifs et introduit la notion de communauté de pratique pour évaluer les meilleures pratiques d'apprentissage adaptées à différents contextes. Une troisième série de travaux est orientée vers l'analyse et l'évaluation des dispositifs et processus de

professionnalisation, de développement, de reconnaissance et de validation des connaissances et compétences et d'enseignement. Enfin une quatrième série de travaux porte sur l'inclusion et l'insertion professionnelle des étudiants en situation de handicap

## 2. Encadrement doctoral

Co-encadrement d'une thèse (soutenance en 2026) + 1 à venir.

## 3. Activités éditoriales (*expertises d'articles scientifiques pour de revues indexées dans les bases de données internationales et reconnues par les sections CNU de référence*)

- International Journal of Retail & Distribution Management »
- Revue Bildungsforschung (CNU 70 et Hcéres)
- Revue internationale des études du développement (CNU 5 et Hcéres)

## 4. Organisation colloques, conférences, journées d'étude

- Organisation ou co-organisation de 8 colloques ou workshop.

## 5. Participation à un réseau de recherche

- Membre de 2 programmes de recherche : (PHC Maghreb transversale (15 MAG 25) et Groupement de Recherche Euro-Méditerranéen (GREM)).

## 6. Responsabilités scientifiques

- Animation équipes de recherche
- Participation à des contrats de recherche (en tant que pilote ou porteur de projet) :
  - 3 contrats de recherche évalués suite à appel à projet ou de gré à gré en tant que porteur
  - 1 Contrat national (ANR, PHRC, FUI, INCA, etc.) en tant que membre
  - 2 Contrats de R&D avec des industriels en tant que porteur
  - 1 Contrat de R&D avec des industriels en tant que membre

\*\*\*\*\*

## ACTIVITES ADMINISTRATIVES

### 1. Responsabilités pédagogiques (4 dernières années)

#### a. Direction et animation de formation

- Responsable du Master Marketing et Vente - MIFER (depuis 2000)
- Responsable des formations délocalisées (5 formations)
- Création/ Montage de diplômes
- Formations délocalisées à l'étranger

### 2. Responsabilités administratives d'intérêt collectif

- Directrice UHA Business School (2024...)
- Présidente « dispositif Atouts pour Tous » (Grand EST)
- Directrice du département Marketing à la FMA (2018-2024)
- Responsable des relations internationales et extérieures au sein de la faculté (2013...)
- Responsable des formations délocalisées (2013...)
- Référente handicap au sein de la composante (2021...)
- Référente QVT (2022...)

Civilité : Madame  
NOM : SCHWEITZER  
Prénom : Virginie  
Section(s) CNU : 06  
Discipline : Management – Marketing

Corps-Grade : MCF

HDR : (oui / non) NON

Université de rattachement :  
Laboratoire : Laboratoire UHA CREGO

Fonction : Membre du CREGO - Site UHA

Adresse mail professionnelle : virginie.schweitzer@uha.fr

\*\*\*\*\*  
**ACTIVITES d'ENSEIGNEMENT**

Tests de concept et de produit – Marketing de l'offre – Plan de communication cross média – Marketing Alimentaire – Marketing digital – Marketing du point de vente

\*\*\*\*\*  
**ACTIVITES de RECHERCHE**

Thématiques de recherche : Adoption des technologies

Dernières publications :

Simon, F., & Schweitzer, V. (2023). When smart meters backfire on energy transition internalization: Ethical electricity suppliers' mitigation of consumer data vulnerability and attendant psychological disempowerment. *Technological Forecasting and Social Change*, 194, 122738 [FNEGE 2]

Schweitzer V. (2021). How a smart technology imposed by an organization can arouse ambivalent psychological empowerment : an approach leveraging the theory of social representations, *Journal of Organizational Psychology* (Ebsco, non classée Hceres), N°21(3), 143-164.

Schweitzer, V. & Simon, F. (2021), Self-construals as the locus of paradoxical consumer empowerment in self-service retail technology environments, *Journal of Business Research*, 126, 291-306 [FNEGE 2]

\*\*\*\*\*  
**ACTIVITES ADMINISTRATIVES**

Membre du conseil de laboratoire CREGO-UHA  
Responsable du master 1 METOMA (UHA)