

	<p>Patrice COTTET</p> <p>Department : Marketing</p> <p>Contact address : Groupe ESC Troyes 217 avenue Pierre Brossolette - BP 710 10002 Troyes Cedex</p> <p>Phone : +33 (0)3 25 71 22 19</p> <p>Mail : patrice.cottet@groupe-esc-troyes.com</p>
--	---

A / BIOGRAPHY

- CURRENT POSITION : marketing teacher

- EDUCATION : Consumer behaviour, advertising

B / RESEARCH ACTIVITIES

- RESEARCH AREA : Consumer behavior, shopping experience, shopping value, perceived control
- CURRENT RESEARCH PROJECTS : Resistance to advertising
- PUBLICATIONS

- journal articles :

Value of shopping: effect and determinants, Journal of Consumer Marketing, 2007 (with Véronique Plichon et Marie-Christine Lichtlé).

- book chapters :

Consommations et résistances des consommateurs, Collectif, coordonné par Professeur D. Roux. Editions Economica, 2009

- Refereed conferences :

Value of shopping: effect and determinants, Colloque International de Lalonde les Maures, 2006, (with : Marie-Christine Lichtlé et Véronique Plichon).

The compared influence of various perceived environment components: an exploratory study, Colloque International de Lalonde les Maures, 2007, (with : Marie-Christine Lichtlé et Véronique Plichon).

La perception de la perte de contrôle dans la relation magasinier/point de vente : une approche par la valeur, Colloque Etienne Thil, 2007, (with : Renaud Lunardo)

Perception of loss of control in the retail environment and consumer' shopping value, Global Marketing Conference, Korean Association of Marketing Science, Shanghai, 20-23 March 2008. (with : Renaud Lunardo)

Emotional states in a retail context, some specificities that retailers must take into account, Colloque International de Lalonde les Maures, 2008, (with : Marie-Christine Lichtlé et Véronique Plichon).

La résistance à la publicité : une approche qualitative, Actes des XIII^{èmes} Journées de Recherche en marketing de Bourgogne, Dijon, Cd-Rom, 1-20, 2008. (with : Marie-Christine Lichtlé et Jean-Marc Ferrandi).

La résistance à la publicité: étude des perceptions du consommateur, 1er Colloque international "Consommation et Résistance(s) des Consommateurs" Université Paris-Est. 2009. (with : Marie-Christine Lichtlé et Jean-Marc Ferrandi).

A preliminary test of a resistance to advertising scale. ICORIA (International Conference on Research in Advertising). Klagenfurt. 2009. (with : Marie-Christine Lichtlé et Jean-Marc Ferrandi).

L'effet de l'envahissement publicitaire sur la résistance du consommateur à la publicité : une étude exploratoire, Actes de l'Association Française du Marketing. Londres, 2009. (with : Marie-Christine Lichtlé et Jean-Marc Ferrandi).

L'effet du scepticisme et du cynisme sur le comportement de résistance à la publicité : une étude exploratoire. XIV^{èmes} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne. Novembre 2009. (with : Marie-Christine Lichtlé et Jean-Marc Ferrandi).

Premiers test et validation d'une échelle de mesure du comportement de résistance à la publicité, 9th International Marketing Trends Congress. Venise. 2010. (with : Marie-Christine Lichtlé et Jean-Marc Ferrandi).

C / TEACHING ACTIVITIES

- TEACHING AREAS : consumer behaviour, retailing, satisfaction, advertising, qualitative research