

CV enseignant IAE

NOM : TRINQUECOSTE
Prénom : Jean-François

E-mail : jean-francois.trinquecoste@u-bordeaux.fr



Titre / Fonction :

- Professeur agrégé des Universités.
- Directeur de l'Ecole Doctorale ED 42 « Entreprise, Economie et Société »
- Directeur de l'Equipe de Recherche en Marketing de l'I.R.G.O. (ERM/IRGO)
- Directeur Master Marketing IAE Bordeaux
- Membre de l'AFM et de la Société Française du Management

Précédemment

- Directeur de l'Institut de Recherche en Gestion des Organisations (I.R.G.O).
- Plusieurs fois membre du bureau de l'Association Française du Marketing
- Co-rédacteur en chef de la revue Décisions Marketing
- Vice-Président (CEVU) de l'Université Montesquieu Bordeaux IV et chargé de mission auprès de la Présidence de l'Université.
- Membre du CNU (Conseil National des Universités ; section 6)
- Membre de plusieurs comités HCERES d'audit d'unités de recherche et école doctorale
- Président et co-président de comités scientifiques internationaux en marketing, (AFM et Marketing Trends Congress), tourisme (AFMAT) et systèmes d'information (AIM).

Spécialités :

- Marketing
- Marketing stratégique
- Stratégie d'entreprise
- Epistémologie
- Ethique et Management

Diplômes et distinctions :

- Agrégé es Sciences de Gestion
- Habilité à Diriger des Recherches
- Docteur en Sciences de Gestion
- Diplômé d'Etudes Approfondies en Sciences de Gestion
- Diplômé de l'ESC Bordeaux

- Chevalier puis officier dans l'ordre des Palmes Académiques

Année d'entrée dans la fonction : 1990

Année d'entrée à l'IAE Bordeaux : 1990

Domaines d'enseignements :

- Comportement du consommateur
- Marketing
- Marketing stratégique
- Stratégie d'entreprise
- Epistémologie

Domaines de recherche :

- Marketing stratégique
- Comportement du consommateur
- Marketing du vin

Interventions entreprises réalisées (travaux, interventions, conférences, etc)

- Expert APM
- Fondateur de l'Observatoire « vins, marchés et consommations » ;
- Présentation des rapports annuels de l'observatoire « vins, marchés et consommations »
- Fondateur de l'Observatoire « Fidélité, et fidélisation de la clientèle » Observatoire Aquitem – IAE.
- Présentation des rapports annuels de l'observatoire « Fidélité, et fidélisation de la clientèle » »,
- Président de l'Observatoire Aquitain des Tendances en Marketing
- Co-fondateur de l'observatoire « Club du Commerce Connecté – IRGO » ; 3 rencontres annuelles

Les publications les plus récentes :

Membre des comités de lecture de plusieurs revues de marketing, (au nombre desquelles RAM, DM, Journal of Strategic Marketing, Journal of Marketing Trends, International Journal of Wine Business Marketing, Questions de Management) il est auteur de multiples publications académiques, nationales et internationales, dédiées au marketing stratégique, au comportement du consommateur et à la théorie du marketing (éthique et épistémologie). Parmi celles-ci figurent plus d'une quinzaine d'ouvrages écrits, co-écrits et/ou dirigés parmi lesquels le texte intitulé « Ethique et marketing sous le signe d'Hermès » dans le professeur de management à 360° (2014), le chapitre dédié au « marketing stratégique » dans MBA Marketing (2011), Stratégies Marketing pour chefs de produit (2009), Management et cognition ; pilotage des organisations : questions de représentations (2009), et Responsabilité, Ethique et logique marchande (2008). Figurent également de multiples articles publiés notamment dans les revues : Journal of Product Innovation Management, Recherche et applications en Marketing, Journal of Product and Brand Management, Journal of Marketing Trends, Décisions Marketing, African Journal of Business Management, Management et Avenir, MédiasPouvoirs, Marketing et Communication, Direction et Gestion, Journal of Air Transport Management, Humanisme et Entreprise.

Articles récents dans des revues scientifiques :

- Co-rédacteur en chef invité du n°99, février 2018, de la Revue Management et avenir, « les nouveaux modèles du tourisme : vers une approche tourist-centric », coordonné avec Cécile Clergeau.
- Passebois J., Trinquécoste J.-F., Pichon F. (2016), "stratégies d'artification dans le domaine du luxe : le cas particulier des vins de prestige", Décisions marketing, numéro 80.
- Imed Ben Nasr et Trinquécoste (2015), « les routes cognitives et affectives de l'e-satisfaction et de l'attitude : quel rôle pour le type de comportement utilitaire vs expérientiel ? », numéro spécial, Jean-François Lemoine rédacteur en chef invité, Management et Avenir.
- Celhay F. et Trinquécoste J.-F. (2015), « Package Graphic Design : Investigating the Variables That Moderate Consumer Response To Atypical Designs », Journal of Product Innovation Management, CNRS CAT 1.
- Alfaro Navarro J.-L., Andres-Martinez M.-E., Trinquécoste J.-F. (2015), "The affect of the economic crisis on the behavior of airline ticket Prices – A Case Study Analysis of the New York – Madrid Route", Journal of Air Transport Management, 47 : 48-53.

Ouvrages ou contributions à des ouvrages collectifs récents :

- Ben Nasr I., Thomas L., Trinquécoste J.-F. and Abaidi I., (2016), "The Brand website as a means of reviving Memories and Imaginary, in "Information and communication technologies in organizations and Society ; pass, present and future issues", Francesca Ricciardi et Antoine Harfouche Editors, Springer international publishing Switzerland.
- Trinquécoste J.-F. (2016), "Shelby D. Hunt théoricien du marketing", in les grands auteurs en marketing – 2e

edition, éditions ems – in quarto.

- Trinquecoste J.-F., Passebois J. (2016), “je le boirai quand je le verrai” ; de l’influence du jugement de typicalité des étiquettes sur le jugement de typicité d’un vin, in Génération Marketing et sciences de Gestion, coordonné par Véronique des Garets et Christophe Fournier, Economica.
- Trinquecoste J.-F., (2015), “Nature et utilité du marketing stratégique pour le manager”, Manageor, 3e édition, Dunod.
- Trinquecoste J.-F. (2014), “éthique et marketing : sous le signe d’Hermès”, in le professeur de management à 360°, coordonné par Michel Kalika, Géraldine Michel, Jacques Orsoni, Vuibert, novembre 2014.

Par ailleurs

Membre de multiples jurys de thèses et d’HDR (rapporteur, président ou suffragant)

A fait soutenir 5 thèses qu’il a dirigées durant l’année 2018 (entre septembre et décembre : Elodie Chabroux, Alvaro Cuya, Belgin Kaygan, Sonia Bougatfa, et Hélène Méral).