

**Bernard
Pras**

**Professeur ,
Département
Marketing**



Contact

✉ **Mail:**
pras@essec.fr
✉ Avenue Bernard
Hirsch.
BP 50105
95021 Cergy Pontoise
cedex
FRANCE

Formation

Agrégé des Facultés en Sciences de Gestion.
Doctorat d'Etat ès Sciences Economiques, Université Paris IX-Dauphine.
Doctor of Business Administration, Indiana University.
Diplôme ESSEC.

Publications

✉ Publications académiques

Ouvrages

Management : Tensions d'aujourd'hui . Paris (France) : Vuibert, collection FNEGE , 2009

Management: Enjeux de demain. Paris (France) : Vuibert, collection FNEGE, 2009

Market: Fondements et méthodes des recherches en marketing. (avec Y. Evrard, E. Roux, E. Al. (desmet, Dussaix, Lilien)). Paris (France) : Dunod, 4ème édition, 2009

Faire de la recherche en marketing?. : Vuibert, 1999

Market - Etudes et recherches en marketing : fondements, méthodes. (avec Y. Evrard, E. Roux, J. Choffray, A. Dussaix, M. Claessens). 2ème édition. Paris (France) : Editions Nathan, 1997

Les Euro-PMI. (avec A. Boutin). Paris (France) : Economica, 1995

Base de données PMI - stratégie, exportation, innovation. (avec J. Choffray, E. Roux). Paris/Cergy (France) : FNEGE/ESSEC, 1994

Research Traditions in Marketing. (avec G. Laurent, G. Lilien). Boston/Dordrecht/London (USA/Pays-Bas/Grande-Bretagne) : Kluwer Academic Publishers, 1994

Market - Etudes et recherches en marketing : fondements, méthodes. (avec Y. Evrard, E. Roux). Paris (France) : Nathan, 1993

Du papier pour l'éternité : l'avenir du papier permanent en France. (avec L. Marmonier). Paris (France) : Centre National des Lettres et Cercle de la Librairie., 1990

Articles

"Marketing, présent et avenir : une question de tempo et de synchronisation " (B. Pras), *Décisions Marketing*, déc. 2013, Numéro 72, p. 5-16

"Obligation de rendre des comptes: Enjeux de légitimité et d'efficacité" (B. Pras, P. Zarlowski), *Revue Française de Gestion*, déc. 2013, Vol. 39, Numéro 237, p. 13-32

"Practices in the brand management system: identification and considerations for five business sectors " (M. Dunes, B. Pras), *Journal of Product & Brand Management*, oct. 2013, Vol. 22, Numéro 7, p. 444-461

"Simulating in-store lighting and temperature with visual aids: methodological propositions and S-O-R effects" (B. Pras, G. Briand Decré), *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, mai 2013, Vol. 23, Numéro 4, p. 363-393

"La résilience du marketing" (B. Pras), *Revue Française de Gestion*, déc. 2012, Vol. 38, Numéro 228-229, p. 59-85

"Entreprise et vie privée : Le « privacy paradox » et comment le dépasser " (B. Pras), *Revue Française de Gestion*, mai 2012, Vol. 38, Numéro 224, p. 87-94

"Profiling mass affluent luxury goods consumers in China: A psychographic approach " (P. Lu, B. Pras), *Thunderbird International Business Review*, août 2011, Vol. 53, Numéro 4, p. 435-455

"Taboo: an underexplored concept in marketing" (O. Sabri, D. Manceau, B. Pras), *Recherche et Applications en Marketing*, mars 2010, Vol. 25, Numéro 1, p. 59-85

"Lighting and perceived temperature : Energy-saving levers to improve store evaluations ? " (G. Briand, B. Pras,), *Advances in Consumer Research*, janv. 2010, Vol. 37, p. 312-318

"Marketing et crise : entre réponses de fond et le marketing de la crise " (B. Pras), *Revue Française de Gestion*, avr. 2009, Vol. 35, Numéro 193, p. 43-50

"Management et Islam : vers une convergence de valeurs" (B. Pras,), *Revue Française de Gestion*, févr. 2007, Vol. 33, Numéro 171, p. 91-95

"Marketing et Islam : des principes forts et un environnement complexe" (B. Pras, C. Vaudour-Lagrâce), *Revue Française de Gestion*, févr. 2007, Vol. 33, Numéro 171, p. 195-223

"International : principaux enjeux et omniprésence de la culture" (B. Pras), *Décisions Marketing*, déc. 2006, Numéro 43-44, p. 7-12

"30 Ans déjà" (B. Pras), *Revue Française de Gestion*, sept. 2005, Vol. 31, Numéro 158, p. 7-12

"Gestion et vie privée : à la croisée de plusieurs libertés " (B. Pras), *Revue Française de Gestion*, août 2001, Numéro 134, p. 62-65

"Les paradoxes du marketing" (B. Pras), *Revue française de Gestion*, oct. 1999, Numéro 125, p. 99-111

"Friendly Complaining Behavior: Toward a Relational Approach" (I. Prim), *Journal of Market Focused Management*, janv. 1999, p. 331-350

"Le marketing inversé : interactivité, structure et pouvoir" (D. Tixier), *Decisions Marketing*, mai 1995, Numéro 5

"Que peut-on apprendre du management asiatique ?" (B. Cova), *Revue Française de Gestion*, mars 1995, Numéro 103

"Marketing : les nouvelles tendances à l'international" (B. Pras), *Moniteur du Commerce International*, août 1993, Numéro 1089-1090

"Les exportations parallèles en Europe : un entretien avec Louis-Claude Salomon, Directeur Général des Ventes de Procter & Gamble France" (C. Assens), *Décisions Marketing*, mai 1993

"Les entreprises et le marketing" (B. Pras), *Figaro Economique*, janv. 1993

"Le processus de révision de RAM : une comparaison internationale" (B. Forgues), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 1992, Vol. 7, Numéro 1

"Développement et devenir de la recherche en gestion" (B. Pras), *Tribune des Mémoires et Thèses*, avr. 1991

"Stratégies génériques et de résistance dans les canaux de distribution : commentaires et illustration" (B. Pras), *Recherche et Applications en Marketing*, janv. 1991, Vol. 6, Numéro 2

"Le papier permanent : enjeu pour la conservation et enjeu économique" (L. Marmonier), *Cahier de l'Economie du Livre*, mars 1990, Numéro 3

Chapitres

Le lien entre stimulation sensorielle, sensation thermique et comportement de fuite au sein du point de vente : Une application des lois de Fechner et de Stevens. In: *Recherche sur les canaux de distribution et les nouvelles technologies* (avec G. Briand-Decré, D. Darpy). Cormelles (France) : éditions EMS, Enrico Colla. 2013, p. 127-144

Dirigeants, managers et enseignants-chercheurs : pour une "rêve-évolution" culturelle . In: *Management et métier – Vision d'experts.*, Cormelles (France) : Editions EMS, Aline Scouarnec (coord.). 2010, p. 219-232

Chinese Consumer Attitudes Toward Luxury. In: *Luxury China: Market Opportunities and Potential* (avec P. Lu). Singapore (Asia) : John Wiley & Sons, Michel Chevalier, Pierre Xiao Lu. 2009, p. 53-76

Innovation et marketing stratégique, orientation marché et gestion du risque. In: *Savoir gérer. Mélanges en l'honneur de Jean-Claude Tarondeau* (avec E. Le Nagard-Asayag). Paris (France) : FNEGE, ESSEC, Vuibert, LE MOAL P., BOURGEON L.. 2003

Innovation et marketing stratégique. In: *Encyclopédie de l'innovation* (avec E. Le Nagard Assayag). Paris (France) : Economica, MUSTAR P., PENAN H.. 2003

Research in Marketing: Some Trends, Some Recommendations. In: *Rethinking Marketing. Towards Critical Marketing Accountings* (avec G. Laurent). London (Grande-Bretagne) : Sage Publications, BROWNLIE D., CAREN M., WENSLEY R., WHITTINGTON R.. 1999

Friendly Complaining Behavior: toward a Relational Approach. In: *Interaction, Relationships and Networks: Visions for the Future* (avec I. Prim). HALINEN-KAILA A., NUMMELA N.. 1998, p. 257-382

Le Marketing Inversé - Interactivité, structure et pouvoir. In: *Encyclopédie de Gestion* (avec D. Tixier). Paris (France) : Economica, SIMON Y., JOFFRE P.. 1997

Le pouvoir de l'information. In: *L'Art du Management.* Paris (France) : Village Mondial, FT Pitman Publishing. 1997

Qu'est-ce que le marketing ?. In: *Encyclopédie de Gestion.* Paris (France) : Economica, SIMON Y., JOFFRE P.. 1997

OMO (Analyse du cas OMO). In: *La communication efficace.* Paris (France) : Dalloz Gestion, LENDREVINE J.. 1995

Compétitivité et marketing : le rôle du temps. In: *Management stratégique et compétitivité* (avec F. Combier). Bruxelles (Belgique) : DeBoeck-Wesmael, INGHAM P.. 1995

Marketing : réflexions sur les pratiques et la recherche. In: *Dauphine, 25 ans de sciences d'organisation.* Paris (France) : Masson, Le Pen C. et al.. 1995, p. 199-222

PMI et pays de l'Est : développement, risques et partenariat. In: *Les Euro-PMI* (avec P. Schieb, A. Boutin). Paris (France) : Economica, PRAS B., BOUTIN A.. 1995

Euro-PMI : existe-t-il une PMI européenne ? (Introduction). In: *Les Euro-PMI* (avec A. Boutin). Paris (France) : Economica, PRAS B., BOUTIN A.. 1995

Marketing. In: *Encyclopédie du Management.* Paris (France) : Vuibert, 1992

La segmentation : outils et choix stratégiques. In: *Encyclopédie du Management* (avec M. Bergadaa). Paris (France) : Vuibert, 1992, p. 704-722

Mesures de la Diversification des Grandes Entreprises : une Comparaison d'Indices. In: *Mélanges en l'honneur de J.G. Merigot.* : Economica, LABOURDETTE A.. 1992, p. 521-543

Marketing international : quelques concepts et recommandations. In: *Encyclopédie du Management.* Paris (France) : Vuibert, 1992

Variables individuelles interculturelles et stratégies de croissance des PMI. In: *Management interculturel, modes et modèles* (avec E. Roux). Paris (France) : Economica, 1991

▸ Autres publications

Communications publiées

"Factors Influencing Consumers' Changes of Values", avec S. Joseph. In : *20th EMAC Conference*, Warwick (Grande-Bretagne) : Warwick Business School, 1997.

"Evolution de l'enseignement technique et professionnel", avec P. Gomy. In : *Les Actes des Rencontres Nathan Technique- Comment être aujourd'hui l'enseignant de la réussite*, Paris (France) : Nathan, 1995, p. 109-158.

Articles de presse

"The Customer's Relative Importance in the Design, Development and Implementation of New Services: an Empirical Investigation". 01 janv. 1992

Autres activités

▸ Activités scientifiques

Membre d'un comité de lecture

Recherche et Applications en Marketing, PUG

Décisions Marketing, EMS

Revue Française de Gestion

Communications présentées à des conférences

"La recherche en gestion et les entreprises : voies de coopération", (avec A. Martinet). Paris, France, 15 déc. 1993

"Research in Marketing : Some Trends, Some Controversies and Some Recommendations", (avec G. Laurent). Coventry, Grande-Bretagne, 01 juil. 1993

"Typologie du management des PME/PMI françaises : exportation, innovation", (avec E. Roux). Lausanne, Suisse, 08 mars 1990

"Viabilité économique du papier permanent et conservation du patrimoine", Paris, France, 01 déc. 1989

"Evolution du marketing international : année 1990", Nantes, France, 01 oct. 1988

"Stratégies des entreprises européennes", Pékin, China, 01 avr. 1988

"Friendly Complaining Behavior: toward a Relatioal Approach", 14ème colloque de l'IMP, Turku, Finlande, 2-4 September 1998.

"Y a-t-il un avenir pour les marques?", Entretiens Dauphine, Université Paris Dauphine, paris, 12 décembre 1995.

"Intérêt et spécificités de la recherche française en sciences de gestion

"L'alternance et le rôle des stages", Observatoire de l'Enseignement Technique et Professionnel, Journées Nathan Technique, La Cité des Sciences, La Vilette, 4 mai 1996.

"Intérêt et spécificités de la recherche française en sciences de gestion", Colloque franco-marocain, La Recherche en Sciences de Gestion, Marrakech, 16-17 mai 1995.

"L'évolution de l'enseignement technique et professionnel", Observatoire de l'Enseignement Technique et Professionnel, Journées Nathan Technique, La Cité des Sciences, La Vilette, 8 avril 1995.

📌 Affiliations et activités académiques

Vice-Président Publications de l'AFM (Association Française du Marketing), association scientifique francophone du domaine (1992-1998).

Directeur des Publications de la revue Recherche et Applications en Marketing et de la revue Décisions Marketing, revues officielles de l'AFM avec comité de rédaction international.

Membre du CNU (Conseil National des Universités) en sciences de gestion de 1992 à novembre 1995.

Membre du Conseil Scientifique du CEFAG (Centre d'Etudes et de Formation Approfondies en Gestion ; centre doctoral), membre du Conseil scientifique de la Fondation Cetelem.

Rédacteur en Chef de la revue Recherche et Applications en Marketing

(Janvier 1990 jusqu'à fin 1992).

Ancien Président Fondateur de l'Association Française du Marketing (1984-1987).

EIASM (European Institute for Advanced Studies in Management): Area Coordinator (1989-1992).

Membre de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (1980 - 1983).

▣ **Conseil**

Conseiller de rédaction de la Revue Française de Gestion et membre de Comités de rédaction et de lecture : International Journal of Research in Marketing (jusqu'en 1993); Economie et Société : Sciences de Gestion ; Recherche et Applications en Marketing; membre du jury du prix Harvard l'Expansion (jusqu'en 1989) ; membre occasionnel d'autres comités de lecture comme Management Science, European Journal of Operational Research., etc.

Co-directeur de la Collection "Connaître et Pratiquer la Gestion", Editions Nathan (depuis 1989) et membre du Conseil d'orientation de la collection "Campus-Université" (Editions d'Organisation).

▣ **Expérience professionnelle**

Professeur à l'Université Paris IX-Dauphine.

Directeur des Publications de l'Association Française de Marketing.

Directeur du Centre de Recherche DMSP à l'Université Paris IX-Dauphine.