

Laurence LEMOINE

Professor of Marketing; Digital Economy;
Political Science; Communication;
Geopolitics



Adresse mail :

laurence.lemoine@idracmontpellier.com

Téléphone : +33 4 11 93 22 56

Updated on July 12, 2022

Nationality & Languages

Nationality: French
English : Intermediate

Education

2004 : Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion. « L'intégration de la variable juridique dans l'optimisation de la décision stratégique. » (747 pp.), Université de Montpellier.

Academic Appointments

- 2007-2009: **Assistant Professor** in Marketing, University of Montpellier
- 2006-2007: **Temporary Research and Teaching Assistant** in International Trade, Technological University Institute of Montluçon
- 2004-2006: **Assistant Professor** in Marketing, University of Montpellier

Courses taught at IDRAC Business School

2021 - 2022	: Introduction to Political Science	Bachelor 1 (Montpellier campus)
	: Communiquer l'offre	Bachelor 2 (Montpellier Campus)
	: Digital Economy	Bachelor 3 (Montpellier Campus)
2020 - 2021	: Introduction to Political Science	Bachelor 1 (Montpellier campus)
	: Communiquer l'offre	Bachelor 2 (Montpellier campus)
	: Digital Economy	Bachelor 3 (Montpellier Campus)
2019 - 2020	: Introduction to Political Science	Bachelor 1 (Montpellier campus)
	: Digital Economy	Bachelor 3 (Montpellier Campus)
2018 - 2019	: Introduction to Political Science	Bachelor 1 (Montpellier campus)

	: Economics	Bachelor 1 (Montpellier campus)
	: Digital Economy	Bachelor 3 (Montpellier Campus)
2017 - 2018	: Web marketing and value creation	Bachelor 3 (Montpellier campus)
2016 - 2017	: Communication agency relations	Bachelor 2 (Montpellier campus)
	: Web marketing and value creation	Bachelor 3 (Montpellier campus)
2015 - 2016	: Communication agency relations	Bachelor 2 (Montpellier campus)
	: Web marketing and value creation	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Innovation Management	Bachelor 3 (Montpellier campus)
2015 – 2016	: Innovation Management	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Sustainable Development and Corporate Social Responsibility	M 1 (Montpellier campus)
	: Ethnomarketing	M 1 (Montpellier campus)
	: Stakeholders' management	M 2 (Montpellier campus)
2014 - 2015	: Innovation Management	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Sustainable Development and Corporate Social Responsibility	M 1 (Montpellier campus)
	: Ethnomarketing	M 1 (Montpellier campus)
	: Stakeholders' management	M 2 (Montpellier campus)
2013 - 2014	: Innovation Management	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Sustainable Development and Corporate Social Responsibility	M 1 (Montpellier campus)
	: Ethnomarketing	M 1 (Montpellier campus)
	: Stakeholders' management	M 2 (Montpellier campus)
2012 -2013	: Innovation Management	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Social Network Marketing	Bachelor 3 (Montpellier campus)
	: Sustainable Development and Corporate Social Responsibility	M 1 (Montpellier campus)
	: Ethnomarketing	M 1 (Montpellier campus)
	: Stakeholders' management	M 2 (Montpellier campus)
2011 - 2012	: Social Networks Marketing	Bachelor 3 (Montpellier campus)
2010 - 2011	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)
2009 - 2010	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)
2008 -2009	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)
2007 - 2008	: Strategic Intelligence	Bachelor 3 (Montpellier campus)

Main Research Interests

Social economy, Territorial development, Business model, Ecosystems, Proximities

Publications

1. *Articles in refereed journals (peer-reviewed)*

- Lichy (Jessica), Bousquet (Carole), Lemoine Laurence, **Un # au secours du droit dans le harcèlement sexuel au travail : le cas BalanceTonPorc**, *Revue Recherche Sciences de Gestion* (à paraître)
- Lemoine (Laurence), **La « culture de l'entrepreneuriat bénévole » : l'exemple de la course du Festival des Templiers à Millau**, *Question(s) de management*, 2021/1 (n° 31), p. 93-106
- Lemoine (Laurence), Guesmi (Samy) et Hadhri (Walid), **La construction de la confiance sur une plateforme de l'économie collaborative. Une étude qualitative des critères de choix d'un covoitureur sur BlaBlaCar**, *Question(s) de management* 2017/4 (n° 19) p. 77 - 89
- Guesmi (Samy) et Lemoine (Laurence), **Rupture et pérennité des business models de l'industrie du jeu vidéo**, *La Revue des Sciences de Gestion* 2016/5 N° 281-282 p. 137-149
- Guesmi (Samy), Delfosse (Julie), Lemoine (Laurence), et Oliveri, (Nicolas), **Crowdfunding et préservation du patrimoine culturel**, *Revue française de gestion*, 2016/5 N° 258 | p.89 - 103
- Lemoine (Laurence), Dumazert, (Jean-Pierre), **Relation clients et mondes virtuels**, *Revue Management et Avenir* n° 31, 2010, pp. 190-208.
- Dumazert, (Jean-Pierre) et Lemoine (Laurence), **Prospective sectorielle attachée aux mondes virtuels : de la fonction de chef de guilde au métier de manager**, *Revue Management et Avenir* n° 34 ; Cahier n°2.
- Lemoine (Laurence), Dumazert, (Jean-Pierre), **Les jeux vidéo sur Internet, marketing adapté ou persistant**, *Revue Marketing et Communication*, n° spécial « Applications sectorielles du marketing. » n° 02/2007 18 pp.
- Lemoine (Laurence), **Les nouvelles règles de la prospection directe par courrier électronique : La stratégie juridique des acteurs du marketing électronique** *Market Management - Marketing et Communication*, n°2/2005 ; 23 pp.
- Lemoine (Laurence) **Le coût de la visibilité du cybermarchand**, *Revue Francophone de @management* n° 14 ; Déc 2005 ; 10 pp.
- Lemoine (Laurence) et Pecquet (Pascal) **Investing in credibility: how e-tailers could proceed?** *Journal of Global Management Research*, n°1 Vol 1 / Déc 2005; Sarasota, USA. 10 pp.

2. Chapters in scholarly books

- Chabanet (Didier) and Lemoine (Laurence), **"The Social and Solidarity Economy in France Faced with the Challenges of Social Entrepreneurship"**, in *The New Social and Impact Economy*, Gidron (Benjamin) and Domaradzka (Anna) eds. Springer: Berlin, 2021, pp. 141-159.
- Lemoine (Laurence) et Pereira (Prashant) **"Trail Running as a Contributor to Regional Economic Development: The Case of Festival des Templiers"** in *The Driving Trends of International Business*, Lichy (Jessica) eds. Cambridge Scholar Publishing, 2019, pp. 27-44

Guest lecturers and participation to conferences

Papers presented at EURAM Conference (Winterthur - 2022) ; at the XXI^{ème} conférence de l'AIMS, (Annecy – 2022) ; at Colloque ISEOR (en ligne 2021) ; at Conference The Impact of Culture on Entrepreneurial Dynamics: International Perspectives (Avignon – 2020) ; at 14th Global Brand Conference, (Berlin – 2019) ; at XXVII^{ème} conférence annuelle de l'AIMS (Montpellier – 2018) ; at 7th International Research Event: International Studies in Management and Organisations, (Hangzhou – 2018) ; at 16^{ème} colloque francophone sur le risque ORIANE (Bayonne – 2018) ; at 2^{èmes} journées du marketing de l'Idrac Business School, (Nice – 2017) ; at XXIV^{ème} Conférence de l'AIMS, (Lyon – 2017) ;

at 6th International Research Event : International Studies in Management and Organisations, (Casablanca – 2016) ; at 5th International Research Event International Studies in Management and Organisations, (Tunis – 2016) ; at IPAG - 5th International Research Meeting in Business and Management; (Nice – 2014) ; at 10^{èmes} rencontres sur la Prospective des Métiers, ESSEC (Paris – 2009) ; at Colloque INSEEC “Crisis, What Crisis ?” (Paris, 2009)

Reviewing

Association Internationale de Management Stratégique 2018-2019