

Dr Marie-Catherine PAQUIER



PERSONAL DETAILS

Status: Professor of marketing
Appointment: 4 days / week
Origin: French
Year joined: 2016
Phone: +33 (0)1 85 56 14 35
Email: marie-catherine.paquier@ebs-paris.com

RESEARCH INTERESTS

Marketing, Retail, Consumer Behaviour, Consumer Culture Theory, Experiential Marketing, Consumption Spirituality and Religion, Patrimonial Tourism, Monastic Products.

TEACHING

Introduction to Marketing (1st year)
Market Studies Seminar (1st year)
Distribution & Merchandising (2nd year)

AFFILIATIONS AND MEMBERSHIPS

AFM French Marketing association
Associated Researcher - Conservatoire National des Arts et Métiers – LIRSA EA 4603

ACADEMIC EXPERIENCE

Since 2016 Marketing Professor, EBS – Paris

2004-2016 Marketing Professor Novancia – Paris
Head of Master Program Marketing and Digital Transformation (2014 to 2016)
Head of Bachelor Program Trade Marketing Management (2009 to 2013)

2014 Visiting Marketing Teacher at Larazky University, Warsaw, Poland

2011-2013 Visiting Marketing Teacher at South Normal University, Guangzhou, China

1995-2004 Marketing Professor Groupe Sup de Co Amiens-Picardie
Head of Partnership Master Program with University Picardie Jules Verne

PROFESSIONAL EXPERIENCE

1990-1995 Sales Manager, ACK Imprimeries - Arras - Paris
1986-1990 Customer Sales Representative, Everest Incentive – Paris

EDUCATION AND QUALIFICATIONS

2016 Qualification for Lecturing in Management Sciences by the National Council of Universities (CNU, 06 section, France)

2015 PhD in Management Sciences, Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM), Paris

« L'expérience d'achat de produits monastiques, l'influence des contextes sur le contenu de l'expérience vécue ».

PhD Supervisor: Pr Morin-Delerm S.

2011 Research Master Degree in Management Sciences, CNAM, Paris

2001 Professional Master Degree, University Picardie Jules Verne, Amiens

1985 Master in management Sciences, University Paris-Dauphine

ADDITIONAL

Languages French and English

IT skills Alceste, N'Vivo

HONOURS

2015 Best Marketing PhD Dissertation participant (FNEGE-AFM)

2013 Award of the best presentation: Buying monastic products, a gift in disguise? *The Third Conference of Management, Spirituality and Religion*, Lourdes, May.

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Articles in scientific journals (blind peer review)

- (3) Paquier M.C. et Morin-Delerm S. (2016), Le contexte, un amplificateur d'expérience: le cas de l'achat de produits monastiques en points de vente religieux. *Décisions Marketing*, N°81, pp. 9-26.
- (2) Paquier M.C. (2015), Buying monastic products, gift or purchase? *Journal of Management, Spirituality and Religion*, vol.12, n° 3, pp. 257-286.
- (1) Paquier M.C., Morin-Delerm, S. (2012), La distribution des produits monastiques par Internet: la nature des dimensions innovantes est-elle contingente de l'ancrage religieux ou commercial des sites? *Revue Management et Avenir*, n°52, pp. 159-177.

Book chapter

- (1) Paquier M.C. (2015), Se développer sans perdre son âme: le cas des communautés monastiques, in *Objectif Business Development*, De Géry C. et Brunet M'Bapé A., EMS, Paris, pp. 102-108.

Conference papers

- (9) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2016). The distribution of monastic products: the online merchant space, a potential to extend physical place attachment. *World Marketing Congress*. Paris. July.
- (8) Paquier M.C. (2016). Buying monastic products, an entry into communitas? *OS Workshop "Spirituality, Symbolism and Storytelling"*. Mykonos. May
- (7) Paquier M.C. and Morin-Delerm, S. (2016). Le marketing médiateur des monastères. *32e colloque international de l'Association Française du Marketing*. Lyon. May.

- (6) Paquier M.C. (2015). L'expérience d'achat de produits monastiques, une entrée en *communitas*? *2e Journée de Recherche Marketing et Communication du Sacré - Groupe HIEROS*. Clermont-Ferrand, October.
- (5) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2015), La distribution des produits monastiques dans les magasins d'abbayes: une expérience sous le signe du rapport au temps. *XVIIIe Colloque International Etienne Thil*, Paris, October.
- (4) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2014), Has the distribution channel any impact on the buying experience of monastic products? The case of physical and virtual religious stores. *International Conference Marketing Trends*, Venice, January.
- (3) Paquier M.C. (2013), Buying monastic products, a gift in disguise? *The third conference of management, spirituality and religion*, Lourdes, May. Award of the best presentation.
- (2) Paquier M.C. and Morin-Delerm S. (2011), La distribution des produits monastiques par Internet: la nature des dimensions innovantes des sites marchands est-elle contingente de l'ancrage religieux ou laïc des sites? *XIVe Colloque International Etienne Thil*, Roubaix, September.
- (1) Paquier, M.C. and Morin-Delerm, S. (2011). La distribution des produits monastiques sur internet est-elle innovante? Nature des dimensions transactionnelles, relationnelles et informationnelles selon l'ancrage des sites marchands. *Colloque Management et Religions*. Strasbourg, September.

Professional conferences

Paquier M.C. (2016). The French Monastic Ecosystem, *Interparliamentary Orthodoxy Assembly*, Sparta, May

Paquier M.C. (2016). Collective brands features. *Monastic Association*. Paris. November.

Paquier M.C. (2015). The monastic products purchasing experience: trust, pleasure and love. *Monastic Association*. Paris. November

Medias

France 5, La Quotidienne, « Le business monastique », octobre 2016

M6, Capital, « L'économie des monastères », juillet 2016

RTBF, « Question à la une », juillet 2015

Presse économique et généraliste : Serengo (aout 2016), Aujourd'hui en France (avril 2016), Le Canard Enchaîné (mars 2016), Les Echos (juin et septembre 2015).