**Annie BANIKEMA**

**Fonction :** MCF

**Discipline :** Marketing

**Nationalité :** Française

**E-mail :** a.banikema@iut.univ-evry.fr

**Tél. :** 0169477361

**Mobile :** 0659397993

**Formation :**

2011 : Doctorat en sciences de gestion, Université Paris-Est Créteil

2006 : Master 2 recherche en sciences de gestion, Université Paris 12 val de marne

2005 : Maîtrise Commerce et vente, IUP d’Evry

**Expérience professionnelle**

Depuis 2017 : IUT d’EVRY, département techniques de commercialisation, cheffe du département

Depuis 2012 : Maitre de conférences IUT d’Evry, département Techniques de commercialisation

2011-2012 : Enseignant-chercheur permanent, ESC Amiens

2010-2011: Teaching assistant, IESEG School of Management.

2010-2011 : Enseignante vacataire, Rouen Business School.

2009-2011 : Enseignante vacataire, EDHEC Business School

2008-2010 : Attaché temporaire d’enseignement et de recherche (ATER), IUT de Creteil

**Domaines de Compétence :**

**Enseignement :** Marketing, études de marché, webmarketing stratégique

**Recherche** : Comportement du consommateur, Résistance du consommateur, Techniques de vente, Entrepreneuriat féminin, techniques d’études quantitatives et qualitatives

**Logiciels utilisés :** Sphinx, SPSS, Amos, Alceste

**Enseignements**

**Cours :**

**Module Programme**

Etudes et recherches commerciales DUT 1ère année Techniques d’enquêtes quantitatives Licence professionnelle

Techniques d’enquêtes qualitatives Licence professionnelle

Marketing fondamental Licence professionnelle

Webmarketing stratégique Licence professionnelle

**Publications**

**Articles de revue avec comité de lecture**

Eric Julienne et Annie BANIKEMA, (2017), **Vendre à court terme et construire une relation à long terme : les principes d’influence au secours de la vente orientée client**, Décisions marketing, n° 88

BANIKEMA A. et Roux D. (2014), **La propension à résister du consommateur : contribution à l’étude**

**d’une disposition à s’opposer aux tentatives d’influence marchande**, Recherche et Applications en

Marketing, 29, 2, 34-59

**Communication dans une conférence à comité de lecture**

BANIKEMA A and TITE T (2018): “Causal or effectual? An exploratory study on women’s entrepreneurial behavior and decision-making logic”, 2nd International Conference on Management and Entrepreneurship (I-CoME), Yogyakarta, July 26-28

Julienne E et BANIKEMA A (2014): “Suffit-il d’être orienté client? L’utilisation des principes d’influence sociale dans la vente », 30 ème congrès de l’association française du Marketing (AFM),

Montpellier, 14-15 Mai

BANIKEMA A and Roux D (2012): “Consumer propensity to resist (CPR): measurement and validation”, Advances in Consumer Research, North American Conference, Vancouver, October 4-6.

Banikema A and Bhatli D (2012): “Towards an understanding of motivations underlying the resistance of French consumers”, AMS World Marketing Congress- Cultural Perspectives in Marketing, Atlanta, USA, August 28-September 1

Banikema A and Roux D (2012) : « La propension à résister du consommateur : contribution à l’étude d’une disposition à s’opposer aux tentatives d’influence marchandes », 28ème congrès de l’AFM, Brest, May 9-11

Banikema A and Bhatli D (2011): “Consumers' propensity to resist: the volitive dimension of consumer resistant behaviors”, 15th AMS World Marketing Congress, Reims, July 19-23

Banikema A (2011): “The volition to resist: exploring consumer resistance from an Individual difference Perspective”, 40th conference of the European Marketing Academy (EMAC), Ljubljana, 24-27 Mai

Banikema A (2010): « Comprendre la propension à résister du consommateur à travers le concept de volition, » 15èmes journées de recherche en marketing de Bourgogne, Dijon, 18-19 Novembre

Banikema A (2010): “Exploring consumers’ propensity to resist marketers influence”, Annual conference of the Australian and New-Zealand Marketing Academy (ANZMAC), Christchurch, 29 Novembre 29- 1 Decembre

Banikema A (2009) : « Tous égaux dans la résistance ? Le rôle des dispositions individuelles dans les comportements de résistance des consommateurs », 25ème congrès de l’association française du Marketing (AFM), Londres, 14-15 Mai

Banikema A (2008) : « La Propension à résister du consommateur: Définition conceptuelle et exploration qualitative », 13èmes journées de recherche en marketing de Bourgogne, Dijon, 13-14 Novembre

**Conférence invitée**

**“What remains to know about female entrepreneurship within and across countries? “** Keynote speech during 2nd International Conference on Management and Entrepreneurship (I-CoME), Yogyakarta, July 26-28

**Langues:**

Français: Maternelle

Anglais: courant