**Stéphanie Hérault**

**Formation** :

1999 : Doctorat Sciences de Gestion Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne

1995 : Master 2 Recherche (ex DEA) Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne

**Expérience professionnelle** :

Depuis 2014 : Maître de Conférences en Sciences de Gestion Université d'Evry Val d'Essonne

2002 - 2014 : Maître de Conférences en Sciences de Gestion Université de Paris 1 Panthéon Sorbonne

2000-2002 : Maître de Conférences en Sciences de Gestion Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines

1997-1999 : ATER Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne

1995-1997 : Allocataire de Recherche Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne

**Domaines de compétences** :

Marketing

Adoption des tic

Efficacité publicitaire

Comportement du consommateur

**Enseignements :**

Management

Marketing

Etudes de Marché

Méthodologie de la recherche quantitative

Statistiques descriptives

Comportement du consommateur

**Publications :**

Hérault, S., Clauzel, A., Besson, M. (2018), Intrusive Digital Advertising : from control to resistance?, *Management and Data Science*, 2(2), 9-17.

Le Hégarat, B., Clauzel, A., Hérault, S. et Riché, C. (2016), « Chaque homme doit inventer son chemin » Exploration au sein de la Promenade Littéraire havraise : vers un processus d’appropriation de l’espace urbain, *Journées Normandes de Recherches sur la Consommation*, IAE de Caen, 25-26 novembre.

Jélassi, K. et Hérault, S. (2015), Continuité d’usage et appropriation de l’internet mobile : un essai de modélisation, *Revue Management et Avenir*, n°79.

Jélassi, K. et Hérault, S. (2014), Un essai de modélisation de la continuité d’usage en cas d’appropriation de l’internet mobile, *colloque AIM*, Aix-en-Provence.

Hérault, S. et Belvaux, B. (2014), *Privacy paradox*et adoption de technologies intrusives. Le cas de la géolocalisation mobile, *Décisions Marketing*, 74, 69-87.

Hérault, S. (2013), Investigating innovations in information systems : how to evaluate the m-advertising effectiveness, *Problems and Perspectives in Management*, 11,2.