

# Vikrant JANAWADE

## Maitre des conférences

<p><b>Laboratoire GRM (EA 4711)</b>  <b>IAE de Nice</b>  <b>Université Nice Sophia Antipolis</b></p> <p><b>Pôle universitaire Saint Jean d'Angély</b>  <b>24 avenue des diables bleus</b>  <b>06300 Nice - France</b></p> <p><b>vjanawade@unice.fr</b></p>	
--	--

*Vikrant Janawade est Maitre de conférences à l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE) de l'université de Nice-Sophia Antipolis. Ses activités de la recherche portent sur les aspects de création et co-crédation de la valeur dans le marketing des services et marketing international. Ses activités d'enseignement concernent le marketing, Marketing relationnel, Systèmes d'informations, Marketing Digital, Stratégie internationale, Design et comportement organisationnel.*

### I FONCTIONS

**Depuis 2015 :** Maitre des conférences à l'IAE de Nice, Université Nice Sophia Antipolis.  
 Chercheur membre du Groupe de Recherche en Management (GRM)

**2014-2015 :** Enseignant Contractuel à la Faculté d'Administration et échanges internationaux, Université Paris XII.  
 Chercheur, membre de Centre d'études et de Recherche en Gestion (CERGAM), Aix Marseille Université.

**2012-2014 :** ATER à la Faculté d'Administration et échanges internationaux, Université Paris XII  
 Chercheur, membre de Centre d'études et de Recherche en Gestion (CERGAM), Aix Marseille Université.

**2009-2012 :** Allocataire Moniteur à la Faculté d'Economie Appliquée, Université Aix- Marseille III.  
 Chercheur, membre de Centre d'études et de Recherche en Gestion (CERGAM), Aix Marseille Université

### II FORMATION UNIVERSITAIRE ET DIPLOMES

**2014 :** Doctorat en Sciences de Gestion, Aix Marseille Université.

**2009 :** Master Recherche en Management International, Université Aix Marseille III.

**2008 :** Master professionnel en Sciences de Gestion, Université Aix Marseille III.

### III ENSEIGNEMENTS, RESPONSABILITES PEDAGOGIQUES et INSTITUTIONNELLES

#### A) Enseignements

##### Enseignements actuels :

2015 – : IAE de Nice, Université de Nice Sophia Antipolis

Parcours	Cours
MIB (M2)	<i>Organisation Design Strategic Diagnosis Information Systems for Managers Information Systems for Strategic Advantages</i>
Marketing (M2)	<i>CRM et Big Data Customer Relationship Management</i>
MBA (M2)	<i>Customer Value Creation</i>
GDBA (M1)	<i>Marketing Management I Organisational Design</i>

##### Enseignements passés :

2012- 2015 : Faculté d'administration et échanges internationaux, Université Paris XII

Parcours	Cours
Commerce International (M2)	<i>Etudes de marché</i>
Entrepreneuriat International et PME (M1)	<i>Politique d'approvisionnement Négoce international et Partenariats Internationaux</i>
International Business (L3)	<i>Marketing and Consumer Behaviour International Strategy</i>
Commerce International (L3)	<i>Marketing and Consumer Behaviour Marketing et comportement du consommateur</i>
International Business (L2)	<i>Introduction to Business Strategy</i>

2009- 2012 : Faculté d'économie appliqué, Université Aix-Marseille III

Parcours	Cours
Economie et Gestion (L1)	<i>Statistique descriptive</i>

## IV RAYONNEMENT et ATTRACTIVITE ACADEMIQUE

Member of European Association of Research on Services (RESER)

Membre d'Association Francophone de Management International ATLAS/AFMI

## VI LISTE DES PUBLICATIONS

### A) ARTICLES

- 2015 Janawade, V., Bertrand, D., Léo, P. Y., & Philippe, J. "Valeur perçue des « méta-services » et comportement du consommateur : le cas des alliances aériennes", *Economie et Sociétés*, 49(4), série Economie et Gestion des Services, 16(Mars 2015), 327-362.
- 2015 Janawade, V., Bertrand, D., Léo, P. Y., & Philippe, J. "Assessing 'meta-services': customer's perceived value and behaviour". *The Service Industries Journal*, 35(5), 275-295.
- 2013 Janawade, V. "Consumer perceived value of international networked services: An exploratory study of the case of an airline alliance", *International Business Research*, 6(2), 20-42.

### B) COMMUNICATIONS

#### **B1) Communications dans congrès internationaux**

- 2015 "Loyalty programme and meta-services : insights from the case of airline alliances ", avec Pierre-Yves LEO, & Jean PHILIPPE, *25<sup>ème</sup> Colloque international du RESER*, Copenhague, Denmark (11-13 septembre).
- 2015 "L'évaluation des « méta-services » internationaux par les consommateurs : le cas des voyageurs fréquents des alliances aériennes ", avec Pierre-Yves LEO & Jean PHILIPPE, *5<sup>ème</sup> Colloque international du ATLAS/AFMI*, Hanoi, Vietnam (12-14 Mai).
- 2014 "Consumers' assessment of 'meta-services': the case of Airlines Alliance", avec Pierre-Yves LEO, Daisy BERTRAND & Jean PHILIPPE, *24<sup>ème</sup> Colloque international du RESER*, Helsinki, Finlande (11-13 septembre).
- 2014 "Customer Perceived Value of Networked Services: an Assessment of Airlines Alliances by Consumer" avec Pierre-Yves LEO, Daisy BERTRAND & Jean PHILIPPE, *3<sup>ème</sup> Colloque international du REDLAS*, Mexico city, Mexique (13-14 mars).
- 2014 "L'évaluation des « méta services » par les consommateurs : le cas des alliances aériennes", avec Pierre-Yves LEO, Daisy BERTRAND & Jean PHILIPPE, *Colloque international "Services et distribution dans les pays émergents"*, ENPO, Oran, Algérie, (24-25 juin).
- 2013 "Services en réseau et valeur perçue par les clients - Une analyse de la valeur perçue des alliances des compagnies aérienne" avec Pierre-Yves LEO, Daisy BERTRAND & Jean PHILIPPE, *23<sup>ème</sup> Colloque internationale du RESER*, Aix en Provence, France (19 au 21 Septembre)
- 2012 "Consumer perceived service experience, quality and value of an airline alliance", *INFORMS Marketing conference, université de Boston*, Massachusetts, USA (7 au 9 juin).

- 2012 “Consumer perceived service experience and quality and value of an airline alliance”, *Colloque doctoral, INFORMS Marketing conference, Université de Boston*, Massachusetts, USA (6 juin).
- 2012 “Consumer perceived service experience and quality of an airline alliance”, *colloque doctoral, Université d’Exeter*, Royaume-Uni (2 & 3 avril).
- 2011 “Consumer perceptions of service quality of complex services: an application to airline alliances”, *21<sup>ème</sup> Colloque international du RESER*, Hambourg, Allemagne (8-10 septembre).
- 2011 “Customer perceived service quality of an airline alliance”, *université d’été Services Engineering Management-2011, Université d’Aalto*, Helsinki, Finlande (29-31 août).
- 2011 “Consumer perceived risks of an airline alliance”, *Airneeth & GARS workshop, Univeristé Hoghschool Van Amsterdam*, Amsterdam, Pays-Bas (17-18 juin).
- 2010 “Customer perceived value of an airline alliance”, *20<sup>ème</sup> Colloque international du RESER*, Göteborg, Suède (30 septembre-2 octobre).

## **B2) Communications dans congrès nationaux**

- 2012 “Consumer perceived value of international networked services : An exploratory study of the case of an airline alliance”, *colloque “Innovation, entrepreneuriat et développement”*, Aix-Marseille université, Aix en Provence (15 juin).

## **C) AUTRES TRAVAUX**

- C1) Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion** à la faculté d’économie et de gestion, Aix Marseille Université, Très honorable avec les félicitations du jury.

*Evaluation par le consommateur des services offerts par des réseaux de firme : Valeur Perçue, satisfaction et comportement dans le contexte des alliances aériennes.* Mention

**Jury** : Président : M. Gilles PACHE, Professeur, Aix-Marseille université.

Rapporteurs : M. Bernard COVA, Professeur, Kedge Business School, Marseille.

M. Camal GALLOUJ, Professeur, université de Paris XIII.

Directeur de recherche : M. Jean PHILIPPE, Professeur, Aix-Marseille université.