



SOFFIEN BATAOUI
Maître de conférences

Grenoble IAE
525 avenue centrale, 38400 Saint Martin d'Hères
www.grenoble-iae.fr
Email: Soffien.Bataoui@grenoble-iae.fr
Centre de recherche: CERAG

■ INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Marketing
- Marketing digital
- Interactions homme-machine
- Présence sociale en ligne

■ DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

- Analyse de données
- Etudes de marché
- Marketing
- Marketing Digital

■ TITRES ET DIPLÔMES

Titres

Depuis 2018	Maître de conférences, Grenoble IAE Graduate School of Management, France
2016 - 2018	Attaché temporaire d'enseignement et de recherche, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

Diplômes

Diplôme le plus élevé :

2017	Doctorat, Sciences de Gestion, Marketing, Grenoble IAE Graduate School of Management, France <i>Vers une forme d'humanisation des interfaces digitales : transposition du concept d'hospitalité au commerce électronique et impact de ses dimensions sur les réactions affectives, l'absorption cognitive et les comportements des consommateurs</i>
2013	Diplôme National de Master, Sciences de Gestion, Marketing, Grenoble IAE Graduate School of Management, France
2012	Diplôme National de Master, Sciences de Gestion, Marketing, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

■ IMPLICATIONS ET ACTIVITÉS ACADÉMIQUES

Activités académiques

Depuis 2021	Responsable de programme - Master 2 Marketing Digital et Consommateur Connecté, Grenoble IAE Graduate School of Management, France
-------------	--

■ ACTIVITÉS À DESTINATION DU MONDE SOCIO-ÉCONOMIQUE

Autre expérience professionnelle

Depuis 2022 Co-responsable de l'axe CRES, CERAG, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

Productions destinées au monde socio-économique

GERARD, J. et BATAOUI, S. (2019). 'Mégots jetés au sol : quand l'effet des nudges par en fumée'. The conversation, France.

■ PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles à comité de lecture

BATAOUI, S. et BOCH, E. (2023). The role of socially rich photos in generating favorable donation behavior on charity websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, pp. 103429.

(CNRS: 3, FNEGE: 3)

BATAOUI, S., GERARD, J. et MARTIN LACROUX, C. (2022). Quand l'hospitalité du site internet d'une PME l'aide à attirer des candidats. *Décisions Marketing*, 106(2), pp. 73-89.

(CNRS: 3, FNEGE: 3)

MARTIN LACROUX, C., LACROUX, A., BATAOUI, S. et GERARD, J. (2022). Le défi de l'attractivité pour les PME : le rôle du site internet institutionnel sur le soutien organisationnel anticipé et les intentions de postuler. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 124(2), pp. 24-44.

(CNRS: 2, FNEGE: 2)

BATAOUI, S. et BOCH, E. (2022). Favoriser les dons d'argent en ligne : rôle de la distance sociale perçue à travers les facteurs sociaux des sites internet d'associations. *Management & Avenir*, N° 129(3), pp. 15-36.

(CNRS: 4, FNEGE: 3)

BATAOUI, S. (2022). When e-commerce becomes more human by transposing the hospitality concept to merchant websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, pp. 102831.

(CNRS: 3, FNEGE: 3)

RIVARD, M., GERARD, J., BATAOUI, S. et MARTIN-LACROUX, C. (2021). Un site internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME. *@GRH*, 40(3), pp. 61-88.

(CNRS: FNEGE: 3)

BATAOUI, S. et GERARD, J. (2020). L'adoption de comportements responsables grâce aux nudges : le rôle médiateur de l'inférence de manipulation. *Revue Française de Gestion*, 288(3), pp. 129-143.

(CNRS: 3, FNEGE: 2)

BATAOUI, S. et GIANNELLONI, J.L. (2019). Rendre le commerce électronique plus humain et moins marchand en considérant les sites internet marchands comme des espaces d'hospitalité. *Management & Avenir*, 2019/7(113), pp. 83-103.

(CNRS: 4, FNEGE: 3)

Présentations dans des conférences avec actes

MARTIN-LACROUX, C., LACROUX, A., BATAOUI, S. et GERARD, J. (2021). 'L'hospitalité virtuelle et les bénéfiques marque employeur présents sur le site internet institutionnel : une sourced'attractivité pour les PME grâce au support organisationnel anticipé'. Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BOCH, E., GERARD, J., BATAOUI, S. et GAVARD-PERRET, M.L. (2021). Formes de sociabilités dans les pratiques de consommation collaborative : une étude qualitative auprès de consommateurs-acheteurs. 24eme, Lille: Colloque Etienne Thil, France.

RIVARD, M., GERARD, J., BATAOUI, S. et MARTIN-LACROUX, C. (2021). Un site internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME. Paris, 32ème: Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH), France.

WILHELM, M.C. et BATAOUI, S. (2020). 'Améliorer l'efficacité d'une communication préventive : effets du choix de la publicité à visionner sur smartphone.'. 36eme, Biarritz: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), France.

- BATAOUI, S., GERARD, J. et MARTIN-LACROUX, C. (2020). 'Le site internet, un outil efficace pour attirer des candidats'. Journée de Recherche sur le Marketing des Ressources Humaines (AFM), France.
- BATAOUI, S., GERARD, J. et VALETTE FLORENCE, P. (2020). 'Can A Nudge Induce Inferences of Manipulative Intent?'. En distanciel: AMS Annual Conference, Etats-Unis d'Amérique.
- MARTIN-LACROUX, C., BATAOUI, S. et GERARD, J. (2020). 'Quand l'hospitalité virtuelle aide les PME à attirer des candidats'. Tours (en distanciel): Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH), France.
- BATAOUI, S., GERARD, J. et MARTIN-LACROUX, C. (2020). 'Comment l'hospitalité virtuelle d'un site internet institutionnel influence-t-elle les candidats : une étude mixte combinant l'analyse lexicométrique et l'analyse de données quantitatives'. Tours (en distanciel): Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH), France.
- BATAOUI, S., HELME-GUIZON, A. et GIANNELLONI, J.L. (2019). 'The Influence of A Website's Virtual Hospitality On Well-Being And Behavioral Intentions Towards Sustainable Transportation'. Edimbourg: AMS World Marketing Congress.
- CARREL, C., BATAOUI, S. et GERARD, J. (2018). 'Mieux comprendre le fonctionnement des nudges : proposition d'un modèle intégrateur'. 15ème: Congrès de l'Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE).
- BATAOUI, S. et BELKAÏED-AYADI, N. (2018). 'Le commerce électronique peut-il lui aussi procurer du bien-être aux consommateurs ? Une approche par l'hospitalité virtuelle'. La Rochelle: Colloque Etienne Thil.
- BATAOUI, S., GIANNELLONI, J.L. et HELME-GUIZON, A. (2018). 'Shall I drive ? The influence of a website's virtual hospitality on well-being and behavior al intentions towards sustainable transportation'. 13ème, Grenoble: Congrès du Réseau International de Recherche sur les Organisations et le Développement Durable (RIODD).
- BATAOUI, S. (2017). 'Concevoir les sites Internet marchands comme des espaces d'hospitalité pour générer des réactions affectives auprès des consommateurs'. 16ème, Paris: Journée de Recherche sur le Marketing Digital.
- BATAOUI, S. et GIANNELLONI, J.L. (2017). 'Mesurer les comportements exploratoires des internautes : comparaison des résultats obtenus par échelle de mesure et par analytics'. 33ème, Tours: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).
- BATAOUI, S. et GIANNELLONI, J.L. (2016). 'Quand le commerce électronique devient plus humain et moins marchand : une approche par l'hospitalité virtuelle'. 32ème, Lyon: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).
- BATAOUI, S. et GIANNELLONI, J.L. (2014). 'Présence sociale sur les sites marchands : limites du concept d'atmosphère des sites marchands et apports potentiels du concept d'hospitalité virtuelle'. 13ème, Paris: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).
- BATAOUI, S. et GIANNELLONI, J.L. (2014). 'Présence sociale sur les sites marchands : limites du concept d'atmosphère des sites marchands et apports potentiels du concept d'hospitalité virtuelle'. 13ème, Paris: Journée de Recherche sur le Marketing Digital, France.