



CV Pascale BOREL

1/ Identité

BOREL Pascale

Professeur de Marketing - Département Innovation et Développement

Enseignement : Analyse de marché, études de marché, stratégie marketing, création de valeur en marketing

Recherche : Le rôle des écoles de management dans la lutte contre les inégalités professionnelles et plus particulièrement contre le plafond de verre

Les méthodologies d'enquête & de recherche pour la collecte de données qualitatives et quantitatives

pascale.borel@esc-clermont.fr

2/ Education

Doctorat ès Sciences de Gestion

2000

Le rôle de l'implication du consommateur dans le choix d'un point de vente : contribution au repositionnement de l'activité du pharmacien d'officine »,

Université d'Auvergne, Clermont I

DU Pédagogie et Communication,

1996

Université d'Auvergne

DEA Sciences de Gestion,

1996

I.A.E., Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Université d'Auvergne

DESS Marketing, C.E.R.E.M - Centre d'Etudes et de Recherche en Marketing,

1995

Université d'Auvergne

3/ Expériences

Groupe ESC Clermont

Depuis 2001 : Professeur de marketing

Depuis 2014 : Chargée des partenariats pédagogiques avec les Etablissements d'Enseignement Supérieur

2013-2014 : Responsable du Programme Grande Ecole

2011-2013 : Directrice Académique adjointe

2009 à 2010 : Responsable de la coordination pédagogique des enseignements en lien avec le développement durable dans l'ensemble des programmes du Groupe ESC

2010 à 2011 : Responsable du Pôle de compétences Marketing

2006-2012 : Responsable de la coordination des enseignements marketing en formation continue

Faculté de Sciences Economiques et de Gestion – Université d'Auvergne

1999-2001 : Attachée Temporaire à l'Enseignement et à la Recherche

1996-1999 : Allocataire de Recherche & Moniteur de l'Enseignement Supérieur

4/ Enseignements

Analyse de marché

Délimitation des contours d'un marché (différentes dimensions d'un marché, identification des acteurs, etc.) – Analyse et diagnostic de la situation d'un marché (indicateurs d'analyse quantitatifs et qualitatifs, identification des facteurs d'influence, diagnostic des opportunités et des menaces, FCS) – Estimation de la demande (méthodes d'estimation et de prévision)

Etudes de marché

Démarche de construction et de mise en œuvre d'un projet d'étude (brief, projet/proposition d'étude, gestion du terrain, etc.) – Méthodologies qualitatives & quantitatives (observation, sondage, expérimentation, focus group, etc.) – construction et mise des outils d'enquête (questionnaire, guide d'entretien, etc.) – test de concept – enquêtes shopper – enquête on line - étude de faisabilité commerciale dans le cadre du développement de projets entrepreneuriaux – insights consommateurs

Stratégie marketing

Segmentation : identification des variables et méthodes de sélection – ciblage : stratégies de ciblage – positionnement : le concept de positionnement – la démarche de positionnement et de repositionnement

Création de valeur en marketing

Notion de valeur en marketing – valeur perçue – capital marque

5/ Contributions (depuis 2010)

Articles à comité de lecture

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard. Les écoles de management jouent-elles un rôle dans la lutte contre le plafond de verre ? *La revue des Sciences de Gestion*, pp.141-150, n°273-274, mai-août 2015, FNEGE 4, HCERES C

BOREL Pascale. Faut-il énoncer le thème de l'enquête aux personnes interrogées ? *Revue Française de Marketing*, 10/2010, n°228, pp. 47-62.

Chapitres d'ouvrages/ouvrages

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard. De Hair-Professionnel.com à Huitre-en-ligne.com : réussir une stratégie de diversification dans le e-business, In CALME I., 11 cas de stratégie d'entreprise, Edition Dunod, juin 2015, pp. 161-176.

BOREL Pascale. L'épreuve de marketing. In : SAINT-AVIT J-P. (coord.). *Intégrer les écoles de commerce en admission parallèle, Passerelle, Tremplin*. Paris : Ellipses, collection Optimum, 5ème édition, 2011.

Communications académiques et professionnelles

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard. La recherche en management est-elle utile pour les managers ? Une étude empirique de la pertinence. In : *85ème congrès ACFAS*, 8-12 mai 2017 – McGill Montréal, Canada.

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard. L'appropriation d'un dispositif de lutte contre le plafond de verre : entre obligations légales et responsabilité sociale (ou sociétale) des écoles de management, In : *13^{ème} Congrès de l'ADERSE*, 13-14 juin 2016, Lyon, France.

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard. L'autocensure des femmes dans la construction du plafond de verre : fondements théoriques et proposition d'un modèle conceptuel, In : *6^{ème} colloque ISEOR*, 9-10 juin 2016, Lyon, France.

BOREL Pascale, ESSIG Eléna, SOPARNOT Richard. Comment la recherche en management peut-elle devenir plus pertinente ? In : *84^{ème} Congrès ACFAS, Sciences du design et recherche-action en organisation projet complexe*, 9-10 mai 2016, Montréal, Canada.

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard. Les écoles de management au secours des femmes dans la lutte contre le plafond de verre? In : *24^{ème} Congrès des IAE, IGR-IAE Rennes*, 10-12 juin 2015, Rennes, France.

BOREL Pascale, SOPARNOT Richard. Les écoles de gestion au secours de l'autocensure au féminin ? In : *Conférence organisée par Umalis lab et le LITEM - La déconstruction créatrice du travail : innovations, opportunités et pièges*, 18 – 19 Septembre 2014, Paris, France.

BOREL Pascale. Le recours aux incentives pour le recrutement de répondants - Application aux access panels on line. *Séminaire de recherche, CRCGM*, février 2011.

Autres contributions intellectuelles

BOREL Pascale. Problématique des stéréotypes et de l'autocensure, Les femmes dans le numérique, Elles@esiea – Mairie du Vème - EISIEA, Paris, 25 avril 2017.

BOREL Pascale. Le plafond de verre, Rencontre Diplômés, ESC Clermont Alumni, 14 avril 2016, Paris.

Articles sans comité de lecture

BOREL Pascale. Les incentives, levier de motivation pour les panélistes ?, *Survey Magazine*, 2^{ème} trimestre, avril 2017, pp.76-77.

BOREL Pascale. Le positionnement : un atout stratégique pour se développer de manière durable sur des marchés concurrentiels. *Les 4 Temps du Management*, n°30, janvier 2011, ISSN 1760-5482

Rapport

BARGUES Emilie, **BOREL Pascale**. Premier bilan sur l'auto-entrepreneuriat, rapport d'enquête pour la Chambre de Commerce et d'Industrie de Clermont-Ferrand Issoire, 5p, 2011

6/ Engagements et Activités Scientifiques (depuis 2010) /

Relecteur *Revue Française de Gestion*, 2015.

24^{ème} Congrès des IAE France, «Coopération(s) et Réseau(x)», IGR-IAE Rennes, 10 au 12 juin 2015, Rennes

Pédagogie et entreprises

Participation à l'atelier « Quelles formations pour vous-même et vos collaborateurs en Auvergne ? Besoins et opportunités de collaboration » animée par Géraldine MINGUET, Groupe ESC Clermont, 4 juin 2015.

Animation de l'atelier « Pédagogie innovantes et entreprises », fBS Campus Clermont, 4 février 2014

Etudes de marché & conseil

Accompagnement à la création d'entreprise (approche commerciale) dans différents programmes d'accompagnement et dans le cadre de l'incubateur du Groupe ESC

Conception et coordination d'études de marché dans différents secteurs et domaines d'activités

Conseil en marketing : stratégie marketing et plan marketing

Accompagnement à la création d'entreprise dans le cadre de l'Incubateur du Groupe ESC Clermont : coaching, encadrement d'études de faisabilité

Communications et interventions

Participation à une journée « experts marketing », Babymoov, 26 novembre 2014.

HIKMI Ahmed, BOREL Pascale. Le Programme Grande Ecole, Interview Campus Channel, Paris, 21 mai 2014.

BOREL Pascale. La démarche commerciale en 2010, Café ECOBIZ, CCI Clermont-Issoire, 9 avril 2010, Clermont-Ferrand, France.

BOREL Pascale. Développer son entreprise en surfant sur les nouveaux comportements des clients, *Petit déjeuner de la création*, CCI Clermont-Issoire, 18 mars 2010, Clermont-Ferrand, France.