



1/ Identité

GOUGÉ Anne

Professeur de Marketing – Coordinatrice du Département Innovation et Développement
Enseignement : Marketing du Luxe, Chef de Produit/Direction Marketing, Fondamentaux Marketing, Démarche Marketing, Planification Marketing, Stratégie Marketing, Développement de nouveaux produits, Négociation Commerciale, Marketing de la Culture, Plan de Communication

Recherche : Marque, Luxe, Coproduction, Co-crédation, Comportement du consommateur
anne.gouge@esc-clermont.fr

2/ Education

1996 Master en Management ESC Clermont

3/ Expériences

Groupe ESC Clermont
Depuis 2011

Professeur de Marketing

Responsable de la coordination des enseignements Marketing M1 (PGE 2^{ème} année) et L1 (Bachelor 1^{ère} année)

Responsable de la spécialisation Chef de Produit/Directeur Marketing

Responsable des électifs Chef de Produit, Développement de Nouveaux Produits et Plan de Communication

GUERLAIN

2007-2009

Responsable Ressources Humaines

(Recrutement des profils senior, Pilotage de réorganisations, Gestion des évolutions de carrière, Ingénierie de formation)

GUERLAIN

2005-2007

Consultante pour la Direction Générale

(Missions d'audit interne, Recommandation d'amélioration des processus d'innovation et des organisations, Accompagnement du changement et suivi de la mise en œuvre)

2003-2005

Responsable Marketing Opérationnel

(Elaboration de la stratégie globale publi-promotionnelle de la marque à 3 ans, Mise en œuvre des plans promotionnels trade à l'international)

2001-2003

Chef de Produit Senior Marketing International Parfums

(Elaboration de la stratégie et du plan Marketing, Création de concepts, Développement et lancement de nouveaux parfums à l'international, Déploiement de nouvelles campagnes de communication,

Rationalisation du catalogue de références parfums de la marque, Repackaging de gammes existantes)

DIOR

1996-2001

Chef de Produit Marketing International Cosmétiques

(Elaboration de la brand review, de la business review et du plan Marketing, Développement et lancement de nouveaux produits à l'international, Refonte du site internet www.Dior.com.

Analyse des tendances et études de potentiel de projets de diversification)

4/ Enseignements

Fondamentaux du Marketing

Démarche Marketing, Variables du Marketing Mix, Marketing Opérationnel
Programme Bachelor, Programme Grande Ecole

Analyse, Diagnostic et Stratégie Marketing

Méthodes d'analyse du micro et du macro-environnement, diagnostic interne/externe, étude des alternatives stratégiques et formulation de la stratégie Marketing

Programme Grande Ecole, Programme Executive MBA, Programme Bachelor

Planification Marketing

Process, pilotage, systèmes de suivi et de contrôle

Programme Grande Ecole, Programme Executive MBA

Marketing du Luxe

Spécificités du marché, alternatives stratégiques et mise en œuvre du Marketing Mix associé

Programme Grande Ecole

Marketing de la Culture

Spécificités du marché, alternatives stratégiques et mise en œuvre du Marketing Mix associé

Programme Grande Ecole

Plan de Communication

Méthodologie de la planification, choix et articulation des moyens de communication

Programme Grande Ecole

5/ Contributions ((depuis 2010)

Communications académiques et professionnelles

GOUGÉ Anne. Maîtriser et rendre sa communication efficace : un enjeu clé pour les entreprises. Conférence GEIQ EPI, 26 mars 2015, Volvic, France.

GOUGÉ Anne. Présentation du travail de thèse en cours. Sujet : « Le côté obscur de la co-production : une application au luxe ». In : Colloque doctoral du 29ème Congrès de l'AFM, Université La Rochelle, Groupe Sup de Co La Rochelle, 14-15 mai 2013, La Rochelle, France.