

# Curriculum Vitae Recherche

Frédérique PERRON

Maître de Conférences en Sciences de Gestion

Institut Universitaire de Technologie

Université de Lille – SKEMA Business School, MERCUR Research Center

[frederique.perron@univ-lille2.fr](mailto:frederique.perron@univ-lille2.fr)

---

## TITRES UNIVERSITAIRES :

---

### **Doctorat en Sciences de Gestion (1996)**

*Titre de la thèse:* "Qualité de service perçue et satisfaction du consommateur dans le commerce de détail"

*Directeur de recherche:* Professeur M. FILSER

*Composition du jury:* Professeur V. des GARETS, Professeur M. DUPUIS, B. LAMBREY-ANTEBLIAN, Maître de Conférences, D. GRISARD, Directeur Information et Etudes Economiques à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Dijon.

*Date et lieu de soutenance:* 12 Janvier 1996 à l'Université de Bourgogne.

**D.E.A en Sciences de Gestion (1990)** – Université de Bourgogne – I.A.E. Dijon – mention AB – Mémoire : "La formation de l'affectif chez l'enfant" - sous la direction du Pr M. FILSER.

**Maîtrise en Sciences Economiques (1990)** – Université de Bourgogne, mention Economie d'Entreprise – mention AB.

---

## TRAVAUX ET PUBLICATIONS

---

### **Publications dans revues avec comité de lecture**

PERRON F. et DJELASSI S. (2015), "Les comportements frauduleux des consommateurs vus par leurs pairs : le cas du commerce de détail", **Management & Avenir**, n°75.

PERRON F. (1998), "Approche de la qualité de service par l'évaluation des écarts et approche analytique des performances: une analyse comparative", **Recherche et Applications en Marketing**, vol. 13, n°3.

### **Communications dans colloques et congrès à comité de lecture**

LAURENCE D. et PERRON F. (2015), "Possession et usage d'une œuvre d'art: une approche exploratoire", **1<sup>ère</sup> Journée de Recherche en Marketing du Grand Est**, Dijon.

PERRON F. et DJELASSI S. (2012), "Les comportements déviants du consommateur sources de démarque : explication et premières recommandations managériales", **11<sup>ème</sup> Conférence Internationale des Tendances du Marketing**, Venise.

DJELASSI S. et PERRON F. (2009), "Comportements déviants du consommateur et démarque, une approche exploratoire en vue d'améliorer les techniques de contrôle des distributeurs", **14<sup>èmes</sup> JRMB**, Dijon.

FOSSE-GOMEZ M-H. et PERRON F. (2004), "Satisfaction, représentations et première expérience", **20<sup>ème</sup> Congrès de L'Association Française du Marketing**, Saint Malo.

PERRON F. (1997), "Measurement and Determinants of Customer's Expectations: Applied to a Shopping Area", **9<sup>th</sup> International Conference on Research in the Distributive Trades**, Belgium.

PERRON F. (1997), "Mesure et déterminants des attentes du consommateur: une application à la zone d'achat", **13<sup>ème</sup> Congrès de l'AFM**, Toulouse.

PERRON F. (1996), "Analyse comparative de deux échelles multi-items de mesure de la qualité de service perçue: validité et interprétation", **XIII<sup>èmes</sup> Journées Nationales des IAE**, Montpellier.

### **Autres missions scientifiques :**

**Depuis 2012**, Membre du Conseil Scientifique, Université Lille 2.

**1999 à 2010**, Suivi de mémoires, Master Sciences de Gestion Spécialité Management de la Distribution – IMMD – Université Lille 2 (8 à 10 encadrements de mémoire de recherche chaque année).

**2004 à 2007**, Coordinatrice des mémoires de recherche – Master Sciences de Gestion – IMMD.

**2005**, Co-organisatrice du colloque Interfaces de l'IUT C - Université Lille 2 : "L'incidence du temps sur le comportement du consommateur", Roubaix.

**2002**, Co-organisatrice du colloque Interfaces de l'IUT C : "Systèmes d'information et Aide à la Décision", Roubaix.

**2000**, Organisatrice et co-animatrice du colloque Interfaces de l'IUT C : "Le renouveau des centres villes", Roubaix.

**1997 à 2006**, Membre du bureau du Comité Scientifique de l'IUT C

**1997 à 2000**, Présidente du Comité Scientifique de l'IUT C