

Communiqué de presse

Top Cas Marketing 2011

Trois prix pour Ulrike Mayrhofer, Professeur à l'IAE Lyon

La Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP) de la CCI de Paris a décerné le 3 mai 2011 les prix « Top Cas en Marketing » et « Top Cas en Stratégie » à Ulrike Mayrhofer et Sylvie Hertrich, et le prix « Top Auteur » à Ulrike Mayrhofer, Professeur des Universités à l'IAE Lyon.

La Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP) de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris a organisé sa cérémonie de remise des prix le 3 mai 2011 à la CCI de Paris.

Le prix « Top Cas en Marketing », attribué pour le cas de marketing qui a connu la plus large diffusion auprès des établissements d'enseignement supérieur en 2010, a été décerné à Ulrike Mayrhofer et Sylvie Hertrich pour le cas « **Club Med : Tous les bonheurs du monde** » que les deux auteurs ont réalisé avec la direction générale et la direction de la communication du groupe Club Méditerranée.

Le prix « Top Cas en Stratégie », attribué pour le cas de marketing qui a connu la plus large diffusion auprès des établissements d'enseignement supérieur en 2010, a été décerné à Ulrike Mayrhofer et Sylvie Hertrich pour le cas « **Audi : La conquête des marchés internationaux** » que les deux auteurs ont réalisé avec la direction générale de l'entreprise Audi (groupe Volkswagen).

Le prix « Top Auteur » récompense l'auteur dont les nouveaux cas publiés ont connu la plus large diffusion en 2010.

Il a été décerné à Ulrike Mayrhofer pour les cas :

- « Club Med : Tous les bonheurs du monde », « Audi : La conquête des marchés internationaux », « Peugeot : le lancement du modèle 308 CC » (cas co-écrits par Sylvie Hertrich et Ulrike Mayrhofer) et
- « AGF - Allianz : A new car insurance offer », « Esprit : une marque internationale de vêtements » (cas co-écrits par Ulrike Mayrhofer et Claire Roederer, EM Strasbourg).

Sylvie Hertrich et Ulrike Mayrhofer ont développé une riche expertise dans le domaine de la création et l'animation d'études de cas. Elles ont réalisé une vingtaine de cas en collaboration avec des grands groupes : plus de 50.000 étudiants ont déjà travaillé sur leurs études de cas. Les deux auteurs à succès ont également publié un ouvrage intitulé « Cas en marketing » (Editions Management & Société, 2008).

LES AUTEURS

Ulrike MAYRHOFER est Professeur des Universités à l'IAE Lyon, Université Jean Moulin Lyon 3. Ses domaines d'enseignement et de recherche concernent le marketing, le management international et le management stratégique. Elle a écrit plusieurs ouvrages et de nombreux articles publiés dans des revues françaises et internationales. Elle est également responsable de l'axe de recherche « Management international » au Centre de recherche de l'IAE Lyon.

Sylvie HERTRICH, Docteur en Sciences de Gestion, est enseignante associée à l'EM Strasbourg, Université de Strasbourg, où elle dirige le Master 2 Marketing et Gestion d'Evénements. Après avoir été gérante d'une agence de communication à Francfort, elle enseigne le marketing et effectue des recherches dans le domaine de la communication.



Ulrike MAYRHOFER
IAE Lyon, Université Lyon 3
ulrike.mayrhofer@univ-lyon3.fr



Sylvie HERTRICH
EM Strasbourg, Université de Strasbourg
sylvie.hertrich@em-strasbourg.eu

Contact Presse :

Catherine PARMENTIER, Responsable Communication
IAE Lyon
Ecole Universitaire de Management
Université Jean Moulin Lyon 3
6 cours Albert Thomas - BP 8242
69355 LYON CEDEX 08

Tél : 04 78 78 71 49 - 06 72 57 34 00
catherine.parmontier@univ-lyon3.fr

<http://iae.univ-lyon3.fr/top-cas-marketing-2011-trois-prix-pour-ulrike-mayrhofer-509394.kjsp>