

## Communiqué de presse

### Top Cas Marketing 2010

#### Deux 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 prix « Top Cas en Marketing » à Sylvie Hertrich et Ulrike Mayrhofer et le prix « Top Auteur » à Ulrike Mayrhofer, Professeur des universités à l'IAE Lyon.

Lien direct : <http://iae.univ-lyon3.fr/cas-marketing-deux-prix-decernes-a-ulrike-mayrhofer-413257.kjsp>

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 24 mars 2010 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 2009, a été décerné à Sylvie Hertrich et Ulrike Mayrhofer pour le cas « **Peugeot : le lancement du modèle 308 CC** » que les deux auteurs ont réalisé avec la direction de la communication du groupe PSA Peugeot Citroën.

**Le prix « Top Auteur »** récompense l'auteur dont les nouveaux cas publiés ont connu la plus large diffusion en 2009.

Il a été décerné à Ulrike Mayrhofer pour les cas :

- « **Peugeot : le lancement du modèle 308 CC** » (co-écrit par Sylvie Hertrich et Ulrike Mayrhofer),
- « **AGF-Allianz : une nouvelle offre d'assurance automobile** » (co-écrit par Ulrike Mayrhofer et Claire Roederer, EM Strasbourg)
- « **Hilton: The 4-Star Hotel Market** » (co-écrit par Sylvie Hertrich, Ulrike Mayrhofer et Rob Davidson, University of Westminster).

Sylvie Hertrich et Ulrike Mayrhofer ont développé une riche expertise dans le domaine de la création et l'animation d'études de cas en marketing.

Elles ont réalisé une vingtaine de cas en collaboration avec des entreprises comme Adidas, Audi (Volkswagen), Club Méditerranée, Eurodisney (Disneyland Resort Paris), Hilton et Parc Astérix (Compagnie des Alpes) : plus de 40.000 étudiants ont déjà travaillé sur leurs études de cas.

Les deux auteurs à succès ont également publié un ouvrage collectif portant sur des études de 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 cinq ouvrages et de nombreux articles publiés dans des revues françaises et internationales.

**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'Evènements. 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.

### Pour plus d'informations :

Ulrike MAYRHOFER : [ulrike.mayrhofer@univ-lyon3.fr](mailto:ulrike.mayrhofer@univ-lyon3.fr)

Sylvie HERTRICH : [sylvie.hertrich@em-strasbourg.eu](mailto: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

[catherine.parmentier@univ-lyon3.fr](mailto:catherine.parmentier@univ-lyon3.fr)