



Iulia NITU

A.T.E.R. en Sciences de Gestion - Marketing

iulia.nitu@univ-lyon3.fr

iaelyon School of Management

Université Jean Moulin

1C avenue des Frères Lumière ■ CS 78242 ■
69372 Lyon cedex 08

DOMAINES D'EXPERTISE :

- Communication
- Marketing social
- Comportement du consommateur

Biographie/Résumé

Iulia NITU est A.T.E.R. en Sciences de Gestion à l'iaelyon, Université Jean Moulin. Elle est spécialisée dans le domaine du marketing. Ses travaux de recherche portent plus particulièrement sur la communication stigmatisante en marketing social, qui se propose de changer les comportements non-souhaitables des individus.

FONCTIONS

- Depuis octobre 2018 : A.T.E.R. en Sciences de Gestion, iaelyon, Université Jean Moulin
- Octobre 2015 – septembre 2018 : Doctorante contractuelle en Sciences de Gestion, iaelyon, Université Jean Moulin

FORMATION

- 2014 – 2015 : Master 2 Etudes et Recherche en Management, iaelyon, Université Jean Moulin
- 2013 – 2014 : Master 1 Marketing et Vente, iaelyon, Université Jean Moulin
- 2012 – 2013 : Licence 3 Sciences de Gestion, iaelyon, Université Jean Moulin
- 2011 – 2012 : Licence 2 Economie et Gestion, IAE Nantes, Université de Nantes
- 2010 – 2011 : Licence 1 Gestion, Académie d'Etudes Economiques de Bucarest

DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

- Marketing (cours magistral, en anglais), niveau M2, iaelyon, Université Jean Moulin
- Marketing mix (cours magistral et travaux dirigés, en anglais), niveau L3, iaelyon, Université Jean Moulin
- Comportement du consommateur (travaux dirigés, en français), niveau M1, iaelyon, Université Jean Moulin

- Marketing stratégique et opérationnel (travaux dirigés, en français), niveau L3, iaelyon, Université Jean Moulin
- Analyse d'un marché et démarche marketing (travaux dirigés, en français), niveau L2, iaelyon, Université Jean Moulin
- Introduction à la gestion (travaux dirigés, en français), niveau L1, iaelyon, Université Jean Moulin

CENTRES D'INTERETS ACTUELS DE RECHERCHE

- Communication stigmatisante
- Appels aux émotions
- Marketing social
- Persuasion du consommateur

CENTRE OU EQUIPE DE RECHERCHE

Equipe Marketing, Centre de Recherche Magellan (EA 3713)

ASSOCIATIONS ACADEMIQUES :

- Membre de l'AFM (Association Française du Marketing) et membre du comité d'organisation du Congrès international de l'AFM 2016, Lyon
- Membre des Ateliers de Thésée (anciens du programme CEFAG - Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion)
- Membre de l'AAA (American Academy of Advertising)
- Membre de l'EMAC (European Marketing Academy)

LANGUES ETRANGERES PARLEES

- Anglais
- Espagnol
- Roumain

SEJOURS PROFESSIONNELS A L'ETRANGER

- mars 2018 – mai 2018 : Séjour de recherche à Asper School of Business, University of Manitoba, Winnipeg, Canada – collaboration avec le Professeur Kelley MAIN

INTERVENTIONS AUPRES D'ENTREPRISES, D'INSTITUTIONS ET D'ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES OU ASSOCIATIVES

De 2014 à 2017 : Recherche en collaboration avec Smart Electric Lyon sur des stratégies de communication pour la réduction de consommation d'électricité

TRAITS MARQUANTS DU PASSE PROFESSIONNEL

- juin 2017 – février 2018 : Participation au programme d'études doctorales CEFAG (Centre Européen de Formation Approfondie à la Gestion), dirigé par la FNEGE (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises)
- février 2015 – juillet 2015 et avril 2014 – juillet 2014 : Stages recherche en marketing au Centre de Recherche Magellan, iaelyon, Université Jean Moulin

PRODUCTION ACADEMIQUE

Articles publiés dans des actes de congrès

- Nitu, I. et Capelli, S. (2018). Shaping Behaviors through Stigmatizing Appeals in Social Marketing. Conférence annuelle de l'EMAC (The European Marketing Academy), Glasgow, Royaume-Uni, 29 mai - 1er juin.
- Nitu, I. et Capelli, S. (2018). Montrer le bon ou le mauvais exemple pour changer les comportements de consommation ? Congrès international de l'AFM (Association Française du Marketing), Strasbourg, France, 16-18 mai.
- Nitu, I. et Capelli, S. (2018). I'm Stigmatized and I Know It: Stigmatizing Appeals Effectiveness in Social Marketing. Conférence annuelle de l'AAA (American Academy of Advertising), New York, Etats-Unis, 22-25 mars.
- Nitu, I. (2016). Stigmatizing Appeals in Social Marketing: The Moderating Role of the Advertiser. Colloque doctoral de l'EMAC (The European Marketing Academy), Oslo, Norvège, 22-24 mai.
- Nitu, I. (2016). La communication stigmatisante en marketing social : Le rôle modérateur de l'annonceur. Colloque doctoral de l'AFM (Association Française du Marketing), Lyon, France, 17-18 mai.

Articles de recherche en cours de réalisation (working papers)

- Nitu, I., Capelli, S. et Main, K. Stigmatizing Appeals in Social Marketing: Development of the Perceived Stigmatization in Advertisements Scale, working paper à soumettre à *Journal of Advertising Research* (rang FNEGE : 2; rang HCERES : A)
- Nitu, I. et Capelli, S. Stigmatizing Appeals In Social and Societal Marketing : The Role of the Advertiser's Status, working paper à soumettre à *Journal of Advertising Research* (rang FNEGE : 2; rang HCERES : A)

Rapports de recherche

- « Le projet Smart Electric Lyon : Le défi d'intégrer les consommateurs à une expérimentation grandeur réelle », 2014, pour le consortium Smart Electric Lyon
- « La communication stigmatisante en marketing social : Le cas de la surconsommation d'électricité », 2015, pour le consortium Smart Electric Lyon