



Arthur Nhat Nguyen NGUYEN

Maître de conférences en Marketing

iaelyon School of Management

Université Jean Moulin

1C, avenue des Frères Lumière - CS 78242

69372 LYON CEDEX 08 (FRANCE)

DOMAINE(S) D'EXPERTISE :

Marketing, Comportement du consommateur, Anthropologie et Sociologie de consommation, Politique de consommation, Méthodes ethnographiques, Analyses des discours

Biographie / Résumé

Arthur, Nhat Nguyen NGUYEN est maître de conférences en marketing à l'iaelyon, membre du Centre de recherche Magellan depuis septembre 2019. Il a réalisé sa thèse de doctorat en sciences de gestion à l'Université Lille 2 – Droit et Santé. En adoptant l'approche ethnographique multi-site, il étudie la dynamique de l'interaction entre les formes culturelles globales et locale dans le contexte de la consommation musicale chez les jeunes Vietnamiens. Il a débuté sa carrière en tant que post-doctorant chargé d'enseignement à EDHEC Business School (campus de Roubaix) et ensuite en tant qu'ATER à Institut de Marketing et de Management de Distribution (Université de Lille) où il était responsable de Licence 3 – parcours anglophone.

Spécialisé dans les approches anthropologiques sociales, ses travaux de recherche portent sur la glocalisation et la dynamique du système de marché, une sous-branche des recherches en marketing, dans le contexte des pays émergents (notamment des pays asiatiques). Ses travaux ont fait l'objet de communications lors de congrès scientifiques en France et à l'international (*Journée Normande de Recherche sur la Consommation, Transformative Consumer Research, Consumer Culture Theory Conference, Association of Consumer Research – Gender, Heretical Consumer Research, Macromarketing Conference*). Il a publié dans *Journal of Business Research* où il tient aussi le rôle de relecteur ad hoc. Il est membre du GIT-AFM Marketing et Distribution dans les Pays Émergents.

FONCTIONS

- Depuis septembre 2019 : Maître de conférences, iaelyon School of Management – Université Jean Moulin

- 2017-2019 : ATER, Institut de Marketing & de Management de Distribution (Université de Lille)
- 2016-2017 : Post-doc, EDHEC Business School

TITRES ET DIPLÔMES

- 2016 : Doctorat en Sciences de Gestion (Université Lille 2 – Droit et Santé). Intitulé de thèse : *Dynamique de l'interaction entre les formes culturelles globales et locale : Étude ethnographique multi-site de la consommation musicale chez les jeunes Vietnamiens.*
- 2012 : Master 2 en Advanced Marketing (Université Lille 2 – Droit et Santé)
- 2011 : Maîtrise en Sciences de Gestion (Université des Sciences Économiques de Ho Chi Minh ville-Vietnam)

DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

Marketing International
International Business

CENTRES D'INTÉRÊTS ACTUELS DE RECHERCHE

- Dynamique du système de marché dans les pays émergents : Comment les acteurs du marché (e.g. entrepreneurs, consommateurs) sont-ils formés ? Comment ces acteurs du marchés interagissent-ils avec les institutions « non-marchés » (e.g. gouvernement, médias, ONG) dans la co-crédation, co-régulation des marchés locaux et trans-locaux ?
- Politique de consommation des jeunes : Comment les jeunes mobilisent-ils les ressources du marché pour construire leur culture de consommation et leur style de vie ?
- Glocalisation : Comment les formes culturelles globales sont-elles créées, diffusées et traduites trans-localement

CENTRE OU ÉQUIPE DE RECHERCHE

Centre de recherche Magellan – Groupe Marketing

ASSOCIATIONS ACADÉMIQUES :

- Membre de l'Association Française du Marketing
- Membre de Consumer Culture Theory Consortium

COMITÉS DE LECTURE / COMITÉS ÉDITORIAUX

- Relecteur ad hoc, *Journal of Business Research*

LANGUES ÉTRANGÈRES PARLÉES

- Anglais
- Vietnamien

PRODUCTION ACADÉMIQUE

Publications dans des revues à comité de lecture

Nguyen N.N., Ozçaglar-Toulouse N., et Kjeldgaard D. (2018), Toward an understanding of young consumers' daily consumption practices in post-Doi Moi Vietnam, **Journal of Business Research** (HCERES: A – CNRS 2) 86, 490-500.

Articles publiés dans des actes de colloque

Nguyen N.N. (2018), The dynamism of global-local cultural interaction: A multi-sited ethnographic study on global music consumption of Vietnamese young consumers, dans H.Löbler et al. (eds), **Macromarketing Conference Proceedings** (p174).

Exposés lors de congrès

Nguyen N.N. (2019), From flow to wave: Rethinking the travel of global consumer cultures, **10th Interpretive Consumer Research**, 9 – 10 Mai, Lyon (France).

Nguyen N.N., et Özçaglar-Toulouse N. (2016), Trying to be cool/kawaii: The glocalisation of gender identities in contemporary Vietnam, **13th Conference on Gender, Marketing and Consumer Behaviors**, 4-6 July 2016, Paris (France).

Nguyen N.N., et Özçaglar-Toulouse N. (2015), Revisiting the conceptualization of cultural hybridization: A case of Vietnamese youth's music consumption, **14^e Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, 26-27 Novembre, Angers (France).

Nguyen N.N., et Özçaglar-Toulouse N. (2015), The alternative glocalisation: An ethnographic study on Vietnamese youth's music consumption, **Heretical Consumer Research**, 28-30 Septembre, New Orléans (États-Unis).

Nguyen N.N., et Özçaglar-Toulouse N. (2014), Revisiter la théorie de la globalisation culturelle : Étude (n) ethnographique de la consommation musicale des jeunes vietnamiens, **13^e Journées Normandes de Recherche sur la Consommation**, November 27 – 28, Rouen (France).

Nguyen N.N. (2012), When the young communist Consume: An exploratory study of Vietnamese youth identity construction, in Developing Markets Session, **The 4th Transformative Consumer Research Conference**, June, Lille (France).

Autres productions académiques

2016 : Thèse de doctorat : *Dynamique de l'interaction entre formes culturelles globales et locale : Étude ethnographique multi-site de la consommation musicale chez les jeunes Vietnamiens.*

2014 : Synthèse du livre Sustainable Marketing de Martin D. and Schouten J. (2012) **Recherche et Applications en Marketing**, 29, 3, 117-118.

SITE WEB ET RESEAUX SOCIAUX

Linkedin : <https://www.linkedin.com/in/arthur-nguyen-61043230/>