

## Coralie DAMAY

### Professor



**Teaching Area/s:** Marketing

**Year hired at ISC Paris:** 2011 (September)

**Full-Time** 4 days per week

**Grande Ecole and MBA**

***Education:***

<b>Degree</b>	<b>Institution</b>	<b>Year</b>	<b>Major / Minor</b>
Doctorate	HEC Paris	2008	
DEA	Paris IX Dauphine University	2003	Marketing and Strategy
Maîtrise	Paris IX Dauphine University	2002	Management Science
DEUG	Paris IX Dauphine University	1999	Management and Applied Economics

***Course Responsibilities at ISC Paris 2005 through 2010:***

- Studies and Applied Research in Marketing
- Consumer Behavior

***Intellectual Contributions 2005 through 2010:***

<b>Intellectual Contributions</b>	<b>Total</b>
Refereed Journal Articles (AERES / CNRS Selection)	6
Peer-Reviewed Journal Articles	2
Other Journal Articles	2
Conference Proceedings	21
Case Studies	
Scholarly Books	1
Chapters in Scholarly Books	
Working Papers	3
Other Outlets	6
<b>Total</b>	<b>41</b>

## **Education**

Doctorate: Theme: Cognitive treatment of prices by children (Le traitement cognitif des prix par les enfants), HEC Paris, France, 2008

Graduate: DEA in Marketing and Strategy; University of Paris IX Dauphine, Paris, 2003.  
Masters in "Sciences de gestion"; University of Paris IX Dauphine, Paris, 2002.

## **Academic Appointments**

Professor at ISC Paris since September 2011  
Associate Professor, *Rouen Business School*, Rouen, France, 2007-2011.

## **Instructional Activities and Development**

### ***Taught Courses outside ISC Paris since 2005***

Rouen Business School, "*Marketing Fondamentale*", 1<sup>st</sup> year, MGE, from 2007 to 2011

Rouen Business School, "*Introduction au Marketing*", 1<sup>st</sup> year, Rouen Business School, program BSc in International Business, from 2007 to 2011

Rouen Business School, Marketing seminar, 1<sup>st</sup> year, from 2007 to 2011

Rouen Business School, "*Études marketing*", 2<sup>nd</sup> year, MGE, from 2010 to 2011

Rouen Business School, Qualitative studies, Master of Science, from 2010 to 2011

Rouen Business School, "*Comportement du consommateur*", 1<sup>st</sup> year, MGE, from 2009 to 2010

Rouen Business School, "*Les enfants et les prix*", "*Tremplin pour Réussir*", from 2008 to 2010

Rouen Business School, "*Études et recherche qualitative*", 1<sup>st</sup> year, MGE, from 2008 to 2009

Rouen Business School, "*Les enfants et les prix*", Specialized Master "*Produits de l'Enfant et de l'Adolescent*", from 2006 to 2008

HEC Paris, "*Marketing fondamentale*", 1<sup>st</sup> year, from 2005 to 2007

ESCP Europe, "*Marketing fondamentale*", 1<sup>st</sup> year, from 2005 to 2007.

### ***Professional Memberships and Certifications***

Member of the *Association Française de Marketing* (AFM) since 2007.

Member of the European Marketing Academy (EMAC) since 2007.

Member of Rouen Business School research group: *Jeunes et Pratiques Responsables de la Consommation* from 2009 to 2011

Member of the research team, Marketing and Children Obesity (MARCO) financed by the *Agence Nationale de la Recherche* (ANR) from 2008 to 2011

Member of the *Institut pour la Recherche en Marketing de l'Alimentation Santé* (IREMAS) since 2010.

## **Service**

### ***Institutional***

2010-2011: Responsible for "*Marketing Fondamentale*", 1<sup>st</sup> year, program MGE.

Responsible for Marketing Management, 2<sup>nd</sup> year, students pass by *concours passerelle*, program MGE.

Responsible for the Marketing Seminar, 1<sup>st</sup> year, program MGE.

Co-responsible for the option Media, Event and Communication of the Marketing Major.

Member of the junior faculty for AACSB accreditation.

2008-2011: Responsible for “*Marketing Fondamental*”, 1<sup>st</sup> year, program BSc in International Business – IFI.

2009-2010: Co-responsible for “*Marketing Fondamental*”, 1<sup>st</sup> year, program MGE.

Co-responsible for Marketing Management, 2<sup>nd</sup> year, students pass by *concours passerelle*, program MGE.

Co-responsible for the marketing seminar, 1<sup>st</sup> year, program MGE.

## **Scientific Activities**

### **Reviewer**

Reviewer for the *Association Française de Marketing* (AFM) conferences.

Reviewer of *Decisions Marketing* and *Recherche et Application en Marketing* since 2011.

Adhoc reviewer for the special issue of *Recherche et Application en Marketing* (RAM): The New Consumer, vol 24, n°3, 2009.

## **Intellectual Contributions**

### **Refereed Journal Articles (AERES / CNRS Selection)**

DAMAY C., GUICHARD N., CLAUZEL A. When children confront prices: an approach based on price presentation, *Journal of Product & Brand Management*, novembre 2011, vol. 20, n°7, pp.514-525.

DAMAY C., EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. Le goûter générateur d'interactions sociales chez l'enfant ?, *Revue Management et Avenir*, 2010, n°37, pp.180-194.

DAMAY C. et EZAN P. Comment le troc permet-il l'apprentissage des prix et des situations d'achat pour les enfants ?, *Revue Management et Avenir*, 2010, n°33, pp. 52-71.

GUICHARD N. et DAMAY C. L'offre et la relation au cœur de la stratégie de fidélisation de La Grande Récré au sein d'un marché complexe, « Rubrique Managers », *Décisions Marketing*, avril-juin 2009, n° 54, pp. 67-70.

DAMAY C. Influence de la présentation des prix sur leurs formes de mémorisation par les enfants en école primaire, *Recherche et Application en Marketing*, vol. 23, n°1, 2008, pp.39-54.

DALSACE F., DAMAY C. et DUBOIS D. Brand magic: Harry Potter Marketing, *Harvard Business Review*, février 2007, vol. 85, n°2, pp. 24-25.

### **Peer-Reviewed Journal Articles**

DAMAY C., EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. Social interactions as support for learning about food: the case of the French school cafeteria, *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 2011, 12, 2, pp. 110-120.

DAMAY C. What is the meaning of 'price' and 'being expensive' for children?, *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 2008, 9.3, pp. 179-188.

### **Other Journal Articles**

DAMAY C., GASSMANN S. Scruter les préados pour créer le marketing de demain. *Marketing magazine*, septembre 2011, pp.102-103.

DAMAY C., GASSMANN S. Le Marketing enfant doit être revisité. *Marketing magazine*, mai 2011, pp.34-37.

### **Conference Proceedings**

#### **International conference presentations with peer committee**

DAMAY C., GUICHARD N. et CLAUZEL A. Children Facing Round and Odd Prices, *Pricing Conference*, Babson College, 11-13 août 2010, USA.

DAMAY C. et GUICHARD N. Influence of price format and price ending on children's choice of products, poster session, *38<sup>th</sup> EMAC Conference*, 27-30 mai 2009, Nantes.

DAMAY C. et BASCOUL G. The Number line and price memorization process by children, poster session, *37<sup>th</sup> EMAC Conference*, 27-30 mai 2008, Brighton, Grande-Bretagne.

DAMAY C. et GUICHARD N. How do children buy? Studies of children's buying criteria, *Child and Teen Consumption, 3<sup>rd</sup> International Conference on Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, 24-25 avril 2008, Trondheim, Norvège.

DALSACE F., DUBOIS D. et DAMAY C. Consumers, not Brands: "Potterian" Marketing as a Potential Alternative to the Traditional Marketing Model in Fast Moving Consumer Goods, *36<sup>th</sup> EMAC Conference*, 22-25 mai 2007, Reykjavik, Islande.

DAMAY C. How do children develop the notion of expensiveness?, *36<sup>th</sup> EMAC Conference*, 22-25 mai 2007, Reykjavik, Islande.

DAMAY C. Memorization and Estimation of Prices by children: An Exploratory Study, *Child and Teen Consumption, 2<sup>nd</sup> International Conference on Pluridisciplinary Perspectives on Child and Teen Consumption*, 27-28 avril 2006, Copenhague, Danemark.

DAMAY C. Prices and Value: How does a child become an informed consumer?, *18<sup>th</sup> EMAC Doctoral Colloquium*, 22-24 mai 2005, Milan, Italie.

#### **National conference presentations with peer committee**

DAMAY C., EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. Les marques alimentaires et les enfants : quel rôle jouent-elles lors des goûters partagés entre pairs ?, *XXVII<sup>ème</sup> Congrès AFM*, 18-20 mai 2011, Bruxelles.

DAMAY C., NICOLAS-HEMAR V. EZAN P. et GOLLETTY M. C'est l'heure du goûter ! Les représentations par les 7-11 ans d'un repas dédié à l'enfance, *10<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, 17-18 mars 2011, Rouen.

DAMAY C., EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. Le repas : un contexte structurant dans la socialisation alimentaire, Le cas des repas partagés entre enfants, *15<sup>èmes</sup> Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, novembre 2010, Bourgogne.

DAMAY C., EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. Qu'est-ce qu'un bon goûter du point de vue des enfants ? Une analyse à partir de leurs dessins, *9<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, 25-26 mars 2010, Rouen.

DAMAY C., GUICHARD N. et CLAUZEL A. Prix ronds versus prix cassés : La forme et la terminaison du prix ont-elles un effet sur les choix des produits par l'enfant-acheteur ?, *Journée de Recherche AFM, Prix, Gratuité et Don*, 14 janvier 2010, Tours.

DAMAY C. et EZAN P. Le rôle du troc dans l'acquisition de la notion de prix par les enfants, *Journée de Recherche AFM, Prix, Gratuité et Don*, 14 janvier 2010, Tours.

DAMAY C. et GUICHARD N. Le magasin idéal des enfants : Confrontation du point de vue enfantin au point de vue professionnel, 14<sup>èmes</sup> Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, 12-13 novembre 2009, Bourgogne.

DAMAY C., EZAN P. et GOLLETTY M. « Dis ! tu manges quoi, toi, aujourd'hui ? » Du poids des interactions sociales sur les arbitrages alimentaires des enfants. Le cas de la cantine scolaire, Actes du XXIV<sup>ème</sup> Congrès AFM, 14-15 mai 2009, Londres.

DAMAY C. et EZAN P. Comment le troc permet-il l'apprentissage des prix et des situations d'achat pour les enfants ?, 8<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, 12-13 mars 2009, Caen.

DAMAY C. et GUICHARD N. Le prix dans le processus d'achat de l'enfant : une étude exploratoire, Actes du XXIII<sup>ème</sup> Congrès AFM, 31 mai-1<sup>er</sup> juin 2007, Aix-les-Bains.

DAMAY C. L'expertise et l'apprentissage des prix par les enfants, 6<sup>èmes</sup> Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, 19-20 mars 2007, Rouen.

DAMAY C. Pourquoi travailler sur l'apprentissage des prix par les enfants ? 6<sup>ème</sup> Congrès International des Tendances du Marketing, 26-27 janvier 2007, Paris.

DAMAY C. Le rappel des prix par les enfants de 6 à 11 ans : Deux stratégies d'apprentissage, Actes du XXII<sup>ème</sup> Congrès AFM, 11-12 mai 2006, Nantes.

### **Scholarly Books**

DAMAY C. et GASSMANN S. *Quand l'enfant prend ses marques*, Editions Management et Stratégie, mars 2011, 195 pages.

### **Working Papers**

DAMAY C. et GUICHARD N. *Quel rôle joue le prix dans le processus d'achat de l'enfant ? Une exploration de la relation enfant-prix*, Cahier de recherche PRISM-Sorbonne, 2007, 2, CR-07-02-04, 22 pages.

DAMAY C. *Mémorisation des prix par les enfants : Que nous apprennent leurs erreurs de rappel ?* Cahier de Recherche du groupe HEC, n°871/2007.

VANHUELE M. et DAMAY C. *Connaissance du prix par les enfants de 5 à 13 ans : une étude exploratoire*, Cahier de Recherche du groupe HEC, n°820/2005.

### **Other outlets**

DAMAY C., EZAN P., GOLLETTY M. et NICOLAS-HEMAR V. Le repas : un contexte structurant dans la socialisation alimentaire, Le cas des repas partagés entre enfants, *Journée MARCO : Enfant, Alimentation et Marketing – Enjeux et controverses*, La Sorbonne, Paris, 26 novembre 2010.

DAMAY C. Interview en tant qu'experte sur l'argent de poche pour le DVD Rom « Le coin des sous » de la MAIF, 2009.

DAMAY C., EZAN P. et NICOLAS-HEMAR V. La génération Internet, *Université d'été des diplômés*, Rouen Business School, septembre 2009.

DALSACE F., DUBOIS D. et DAMAY C. Taking time seriously: Expanding the scope of marketing, *MSI Conference 2007 "Managing Customers vs. Managing Brands"*, INSEAD Fontainebleau, 3<sup>rd</sup>-4<sup>th</sup> May 2007.

DALSACE F., DUBOIS D. et DAMAY C. Marketing Potterien, *séminaire marketing de recherche avec des chefs de produits Lascad*, L'Oréal, Paris, décembre 2006.

DAMAY C. Memorization of Product Prices by Children: Two Training Strategies, 6<sup>th</sup> HEC-INSEAD PhD Forum, Fontainebleau, 2005.