

Christopher HAUTBOIS

Professor



Teaching Area/s: Sport Marketing/Sport Economics

Year hired at ISC Paris: 2007

Associate Professor

Grande Ecole and MBA

Education:

Degree	Institution	Year	Major / Minor
Doctorate	Université Caen Basse-Normandie	2004	STAPS
Graduate - DEA	Université Caen Basse-Normandie	2001	STAPS

Course Responsibilities at ISC Paris 2005 through 2011:

- Sports Marketing
- Sports Economics
- Case studies in Sports Marketing
- Sports Project Management
- Sports vocations

Intellectual Contributions 2005 through 2011:

Intellectual Contributions	Total
Refereed Journal Articles (AERES / CNRS Selection)	
Peer-Reviewed Journal Articles	5
Other Journal Articles	
Conference Proceedings	11
Case Studies	
Scholarly Books	1
Chapters in Scholarly Books	1
Working Papers	2
Other Outlets	
Total	20

Education

Doctorat : Theme: « *Activités physiques et sportives, mesure des effets induits et rôle de la sphère publique. Légitimité, opportunité et efficacité de l'intervention de la sphère publique locale en faveur des activités équestres en Basse-Normandie : vers une économie politique du tourisme sportif* » Université de Caen Basse-Normandie, 6 octobre 2004.

DEA : STAPS, Université de Caen-Basse-Normandie, Caen, 2001.

Academic Appointments

Associate professor at ISC Paris since 2007.

Director of Master 2 Management des événements et des loisirs sportifs (MELS) – Université Paris Sud 11 since 2005.

Instructional Activities and Development

Taught Courses outside ISC Paris since 200

Lecturer at Université Paris Sud 11 since 2005.

Professional Memberships and Certifications

Member of EASM (2002) and NASSM (2007)

Service

Institutional

Head of the specialization Marketing and sport management (MMS).

Intellectual Contributions

Peer-Reviewed Journal Articles

HAUTBOIS C., DESBORDES M., PIERCE, D.A., Sport based communication of local government bodies. How can sport be a solution to improve a territorial image? Case study of the French Seine-Saint-Denis department, *International Journal of Sport Communication*, juin 2010, vol. 4, n°3, pp. 336-354.

HAUTBOIS C., MAO P. An analysis of the territories potential for the outdoor activities development: case study of France, in *Leisure & Society*, septembre 2010, vol. 32, n°2, pp. 299-314.

DESBORDES M., HAUTBOIS C. Sport events and public organisations: The case of Conseil Général de la Sarthe and "24 heures" of le Mans, in *International Journal of Sport Marketing & Management*, mai 2010, vol. 7, n°3/4, pp. 223-240.

MAO P., HAUTBOIS C., LANGENBACH M. Développement des sports de nature et de montagne en France : diagnostic comparé des ressources territoriales, in *Géographie, Espace et Société*, octobre 2009, vol. 11, pp. 301-313.

HAUTBOIS C., DURAND C. L'émergence d'un modèle de développement local par les sports de nature : le cas des activités équestres en Basse-Normandie, in *Sciences et Motricité*, septembre 2006, n°58.

Conference Proceedings

BIARD E. HAUTBOIS C., DESBORDES M., Artificialisation des pratiques sportives de pleine nature en milieu urbain : co-habitation des facteurs de l'offre et de la demande dans la diffusion, *Etat de la recherche en Management du sport*, juin 2011, Strasbourg.

EDEIVOTOH E. DESBORDES M., HAUTBOIS C., L'effet de la valeur perçue du marketing one-to-one versus one-to-few et de la technologie sur la motivation et la fidélité à la pratique des activités de fitness, *Etat de la recherche en Management du sport*, juin 2011, Strasbourg.

HAUTBOIS C. Le marketing sportif public : un champ de recherche innovant en management du sport/, *Etat de la recherche en Management du sport*, juin 2011, Strasbourg.

BIARD E. HAUTBOIS C., DESBORDES M. Artificialisation des sports de nature en milieu urbain : cohabitation des facteurs d'offre et de demande dans la diffusion, *6^{ème} Congrès de la Société de Sociologie du Sport en Langue Française (SSSLF)*, mai 2011, Nanterre.

HAUTBOIS C., SEGUIN, D. Large-Scale Sporting Events and Stakeholders' Effect: The Case of the 2018 Winter Olympics French Bid, *26th Congress of the National American Society of Sport Management (NASSM)*, juin 2011, London, Ontario, Canada.

DESBORDES M., CHANAVAT N., HAUTBOIS C. Impact of Innovative Marketing Strategy on Fan's Brand Experience Regarding Professional Sport Entity: The Case of Stade Français, *26th Congress of the National American Society of Sport Management (NASSM)*, juin 2011, London, Ontario, Canada.

HAUTBOIS C., CHARRIER, D. Local economic and social impact of mega-sport events: case of the 2007 Rugby World Cup in Paris region?, *24th Congress of the National American Society of Sport Management (NASSM)*, juin 2009, Columbia, North-Carolina, USA.

DESBORDES M., HAUTBOIS C. Brands and sport events: how did marketers shift from "classical" merchandising products to a real communication strategy?, *23rd Congress of the National American Society of Sport Management (NASSM)*, juin 2008, Toronto, Canada.

HAUTBOIS C. Sports events as a way of increasing urban promotion: a study of three French territorial strategies, *22nd Congress of the National American Society of Sport Management (NASSM)*, 2007, Miami, Florida, USA.

HAUTBOIS C. Sports de nature et développement économique local : vers la construction d'un modèle théorique. Diagnostic des ressources territoriales des Côtes d'Armor et de l'Ardèche, *20^{ème} Congrès de l'Association des chercheurs en activités physiques et sportives (ACAPS)*, 2005, Paris.

HAUTBOIS C., DURAND C. Gouvernance des territoires touristiques et sportifs et jeu des acteurs du système des sports de nature : quel rôle pour les CDESI ?, *Colloque du réseau des experts en sports de nature et de montagne*, 2005, Mirabel, France.

Scholarly Books

HAUTBOIS C., DESBORDES M. *Sport et marketing public*, Ed. Economica, janvier 2008, 271 pages.

Chapters in Scholarly Books

HAUTBOIS C. Les activités équestres en Normandie ou comment les loisirs sportifs participent à la construction de l'image d'un territoire rural, in BESSY O., AUGUSTIN J-P. *Loisirs sportifs, territoires et développement durable*, Ed. Pus, 2008, pp.108-132.

Working Papers

HAUTBOIS C. *Loisirs sportifs et stratégie d'image d'un territoire rural : le cas des activités équestres en Basse-Normandie ?*, in Management du Tourisme, CRISC, Cahier de Recherche de l'Institut Supérieur de Commerce, 1^{er} trimestre 2010, n°26, pp. 84-101.

HAUTBOIS C. *Marketing sportif public : modèle spécifique au secteur public ou simple déclinaison du marketing sportif privé ?*, in Management du sport, CRISC, Cahier de Recherche de l'Institut Supérieur de Commerce, 1^{er} trimestre 2009, n°22, pp.118-140.