

Professeur-Chercheur et Entrepreneur

ENSEIGNEMENTS

NEOMA Business School

Campus de Reims

Depuis Mai 2008

- Responsable de la Majeure Marketing à TEMA, Marketing des produits High-Tech (Master), Marketing sonore (Bachelor), Marketing de l'innovation (Master), Simulation Marketplace

EDHEC (Lille)

Depuis Septembre 2002

- E-retailing & new pricing policies (MBA 723 et 3^{ème} année), Marketing pour l'entrepreneur (3^{ème} année), Marketing stratégique (2^{ème} année)

Institut National des Télécommunications – Ecole de Management (Evry)

Depuis Septembre 2002

- E-business: new business models (3^{ème} année), Comportement du consommateur (2^{ème} et 3^{ème} année), Coaching d'équipes Challenge Création d'entreprise (2^{ème} année), Marketing de l'innovation (MSci)

Université d'Evry Val d'Essonne

Septembre 2002 – Juillet 2007

- Méthodologies des études de marché (L3, M1 ini. et alternance), Tuteur de stage et soutenance des mémoires de maîtrise

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE PRINCIPALE

AtooMedia, Paris

Agence de communication sonore.

Depuis août 2001

- Associé fondateur
- Directeur de création
- Responsable du Développement

PUBLICATIONS & COLLOQUES PEER-REVIEWED & LIVRES

Sayin E., Krishna A., Ardelet C., Briand-Decré G. et Goudey A. (2015), "Sound and safe": The effect of ambient sound on the perceived safety of public spaces, *International Journal of Research in Marketing*, in Press, et disponible en ligne.

Abbes M. et Goudey A. (2015), How salespersons induce trust between consumers and retailers: The case of French well-being store, *International Journal of Retail and Distribution Management*, accepté

Sayin E., Krishna A., Ardelet C., Briand-Decré G. et Goudey A. (2014), "Sound and Safe": The Effect of Ambient Sound on Perceived Safety of Public Spaces, *Advances in Consumer Research*, Special Session More than Music: Sound and Sonic Elements in Consumer Psychology, Proceedings 23-25 October 2014, Baltimore, MD

Bonnin G., Goudey A. et Bakpayev M. (2014), Meet The Robot: Nao's Chronicle, *Advances in Consumer Research*, Film Festival, 23-25 October 2014, Baltimore, MD

Goudey A. et Caporossi A. (2013), Le pack rouge est-il salé ou sucré ? Etude exploratoire de l'influence de la couleur du packaging sur les caractéristiques attendues du produit alimentaire, *Gestion* 2000, 31,4, 107-121

Goudey A. (2013), Exploration des effets du degré de technologie perçu du magasin sur le comportement de magasinage, *Management & Avenir*, n°63, 15-32

Bonnin G. et Goudey A. (2013), Can Sensory Stimulation Decrease Rumination? An Exploration of the Influence of Senses on Repeated Mental Simulation, 2013 ACR (Association for Consumer Research) Conference, Chicago, USA

Goudey A. et Bonnin G. (2013), Do You Have to Look Like a Human to Be Smart? An Exploratory Study of the Influence of Anatomy and Expressivity of Domestic Robots, 2013 ACR (Association for Consumer Research) Conference, Chicago, USA,

Goudey A., Gallopel-Morvan K. et Rieunier S. (2013), Comment gérer l'ambiance sonore ?, In: RIEUNIER Sophie (eds.), *Marketing sensoriel du point de vente : Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux*, 4ème édition, 57-89

Bonnin G. et Goudey A. (2012), The Kinetic Quality of Store Design: An Exploration of its Influence on Shopping Experience, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol 19, Issue 6, 637-643

Bonnin G. et Goudey A. (2012), L'ergonomie : Une composante marginalisée du design d'espace de vente ?, *Décisions marketing*, n°65, 21-30

Goudey A. et Julien A. (2011), Mieux comprendre la valeur phénoménologique du multicanal bancaire : le segment grand public, *Gestion 2000*, Vol 28, n°6, 49-64

Bonnin G. et Goudey A. (2011), *Design d'espace : la nécessaire intégration de l'ergonomie*, 14e coll. E. THIL, Roubaix, France

Goudey A. (2011), Etude exploratoire de la communication numérique sur le lieu de vente : effets du degré de technologie perçu du magasin, *Colloque ESSEC*, Paris, France

Goudey A. et Henriquez T. (2010), Analyse des pratiques promotionnelles entre industriels et distributeurs : 2009, année charnière ?, *Gestion 2000*, Vol 27, issue 4, 143-158

Goudey A. et Henriquez T. (2010), Image-prix et analyse des pratiques promotionnelles entre industriels et distributeurs, 26ème Congrès International de l'Association Française du Marketing (AFM), Le Mans, France

Goudey A. et Bonnin G. (2010), *Marketing pour Ingénieurs*, Dunod, Paris

Zoghaib A. et Goudey A. (2009), Le rejet de la musique de marque : et si les agences de communication avoent tort ?, Actes du 25ème Congrès International de l'AFM, Londres, mai 2009

Goudey A. (2008), Stratégies de communication sonore de la marque : bilan et perspectives de l'utilisation de l'identité musicale de marque, *Décisions Marketing*, 52, 61-65

de Pechpeyrou P., Goudey A. et Desmet P. (2003), Mesures d'audience sur Internet : A la croisée des chemins entre approche publicitaire et marketing direct, *Cahier de Recherche n° 2003-324*, Université Paris IX Dauphine – DMSP.

Goudey A. (2003), Faire entendre votre image, Actes du Colloque AFM « Communiquer le sensoriel » à Montpellier.

FORMATION

- 16 Novembre 2007 : **Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion** (Paris-Dauphine). *Mention très honorable avec les félicitations du jury et incitation à publier.*
- Juin 2002 : **DEA 102**, Marketing & Stratégie, Paris-Dauphine.
- Juin 2001 : **Diplôme INT Management** (option Ingénierie des SI), Institut National des Télécommunications.
- Juin 2000 : **Maîtrise en Sciences de Gestion** de l'Université d'Evry Val d'Essonne, option Finance.
- 1996-1998 : **CPGE MP** (option informatique), Lycée H. Poincaré (Nancy).

DIVERS

- Conférence TEDx : « Design sonore : réinventons le lien consommateur » à Issy-lès-Moulineaux chez Bouygues Telecom, 29/04/2014 - <https://youtu.be/StavAuVVpXE>
- Formation et/ou conférences pour : Orange, Groupe Carrefour, Caisse des Dépôts et Consignations, MACSF, IBM, Microsoft, Groupe Peugeot, etc.
- Membre de l'Association Française de Marketing (AFM), de l'American Marketing Association (AMA), de l'Association for Consumer Research (ACR), de la Society for Consumer Psychology (SCP) et reviewer pour les congrès annuels.