



Jean-Éric PELET

maj : 14/05/2016

Qualifié pour être maître de conférences en Gestion (06) – Docteur en Gestion (06, Marketing) – MBA en Systèmes d'Information – Responsable du MBA Digital Marketing à l'ISC Paris

Thèmes de recherche : couleurs, e-m-commerce, e-m-marketing, e-m-learning, MOOC, comportement du consommateur en ligne, knowledge management, IHM, ergonomie, utilisabilité, vin.

Coordonnées

33 rue Laurence Savart
75020 Paris

Tél. : 06 30 53 69 76

Mail : je.pelet@gmail.com

Site web : <http://jepelet.free.fr>

Nationalité française, né le 7 mai 1976

Fonctions actuelles

- Responsable du séminaire sur le Marketing Digital et responsable du MBA « Digital Marketing » et intervenant à l'ISC Paris en e-marketing
- Intervenat à NEOMA Business School (tuteur de mémoires en marketing)
- Intervenat à l'IUT de Sarcelles – Licence Professionnelle en techniques de commercialisation (m-commerce)
- Intervenat à l'IUT de Paris Descartes – en Anglais - Licence en techniques de commercialisation (m-commerce)
- Intervenat à l'IUT de Montreuil – Licence en e-commerce
- Intervenat à l'IESEG – (Marketing Digital)
- Intervenat à l'EMN (Le Havre) – E-Marketing
- Modérateur sur les salons e-marketing, e-commerce et programmation de Paris

I. RECHERCHE

Thèse de doctorat

Pelet J.-É. (2008), Effets de la couleur des sites marchands sur la mémorisation et sur l'intention d'achat de l'internaute, *Thèse de doctorat en Sciences de Gestion*, Université de Nantes (Mention très honorable, Félicitations à l'unanimité)

Articles de recherche

Journaux

Pelet J.-É., Ettis S., Cowart K. (2016). Optimal Experience of Flow Enhanced by Telepresence: Evidence from Social Media use, *Information & Management*, 10.1016/j.im.2016.05.001

Pelet J.-É., Schwob A. (2015). Social media adoption to serve marketing actions for SMBs and

entrepreneurs, *Journal of Small Business Management* (Soumis, 4^{ème} round)

Pelet J.-É., Papadopoulou P. (2015). Tablet and social media adoption in m-commerce: An exploratory study, *International Journal of Strategic Innovative Marketing*, 2,1, DOI:10.15556/IJSIM.02.01.004

Pelet J.-É., Papadopoulou P. (2014). Social media and m-commerce: An exploratory study, *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 9, 1, DOI: 10.1504/IJIMA.2015.068358

Pelet J.-É., Lecat B. (2014). Smartphones and wine consumers: A Study of Gen-Y, *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 26 Iss: 3, pp.188 - 207.

Pelet J.-É., Papadopoulou P. (2014). Investigating Social Media in M-Commerce, *International Journal of Technology and Human Interaction*, Special Issue on Social Media and Social CRM, 10 (4) [CNRS 4]

Pelet J.-É. & Papadopoulou P. (2012). The effect of colors of e-commerce websites on consumer mood, memorization and buying intention, *European Journal in Information Systems (EJIS)*, Special Issue: "Information Research, Education and Policy in the Mediterranean Region", 21, 438–467, DOI:10.1057/ejis.2012.17, published online 22 May 2012. [AERES/ CNRS 1] ([lire](#))

Pelet J.-É. et Lecat B. (2011). Enhancing learning and cooperation through digital virtual worlds, *International Journal of Virtual and Personal Learning Environments*, April-June 2012, Vol. 3, No. 2, DOI: 10.4018/jvple.2012040101 ([lire](#))

Gazbar T., **Pelet J.-É.** (2011). Consumer Expertise on a Commercial Web Site: A success key factor, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)*, Vol .3, No. 3. ISSN 2073 7122 ([lire](#))

Pelet J.-É. and Papadopoulou P. (2010). Colored vs. Black Screens or How Color Can Favor Green e-Commerce, *International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA)*, Special Issue: "E and m-business status in the Mediterranean region", Volume 3, Issue 2, DOI: 10.4018/jesma.2011040102, pp. 20-38, ([lire](#))

Pelet J.-É. & Papadopoulou P. (2011). The Effect of E-commerce Websites' Colors on Customer Trust, *International Journal of E-Business Research (IJEER)*, 7(3), 1-18, July-September 2011, DOI: 10.4018/978-1-60960-501-8.ch004. ([lire](#))

Pelet J.-É. (2010). Effets de la couleur des sites web marchands sur la mémorisation et sur l'intention d'achat, *Systèmes d'Information et Management*, 15(1). [AERES/ CNRS 2] ([lire](#))

Ouvrages

Pelet J.-É. (2016). *M-Commerce and Social Media*, Ed. Business Expert Press

Pelet J.-É. (2016). *Mobile Platforms, Design, and Apps for Social Commerce*, to be published by IGI Global: <http://www.igi-global.com/publish/call-for-papers/call-details/2097>

Pelet J.-É. (2014). *M-Commerce*, Ed. Pearson, Coll. Village Mondial.

Pelet J.-É., & Papadopoulou, P. (2014). *User Behavior in Ubiquitous Online Environments* (pp. 1-325). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-4666-4566-0.

Pelet J.-É. (2013). *E-learning 2.0 Technologies and Web Applications in Higher Education*, Published by IGI Global: <http://www.igi-global.com/publish/call-for-papers/call-details/798>.

Pelet J.-É. (2010). *Effets de la couleur des sites web marchands sur la mémorisation et sur l'intention d'achat de l'internaute*, 464 pages, Editions Universitaires Europeennes (décembre 2010), ISBN-10: 6131503419, ISBN-13: 978-6131503412, disponible à cette adresse : <http://amzn.to/fgHqbz>

Chapitres (Ouvrages)

Pelet J.-É., (2014). "Investigating the Importance of Website Color Contrast in E-Commerce: Website

Color Contrast in E-Commerce” In Khosrow-Pour, M. (2015). Encyclopedia of Information Science and Technology, Third Edition (10 Volumes). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-4666-5888-2. <http://www.igi-global.com/chapter/investigating-the-importance-of-website-color-contrast-in-e--and-m-commerce/112647>

Pelet J.-É., Khan J., Papadopoulou P. & Bernardin E. (2014). *Determinants of effective learning through social networks systems: an exploratory study*, Higher Education in the MENA Region: Policy and Practice, IGI Global.

Pelet J.-É., (2014). “*Investigating the Importance of Website Color Contrast in E-Commerce: Website Color Contrast in E-Commerce*” In Khosrow-Pour, M. (2015). Encyclopedia of Information Science and Technology, Third Edition (10 Volumes). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-4666-5888-2. Release date July 2014. <http://www.igi-global.com/chapter/investigating-the-importance-of-website-color-contrast-in-e--and-m-commerce/112647> (lire)

Pelet J.-É. & Papadopoulou P. (2010). *Investigating the effect of color on memorization and trust in e-learning*, Impact of E-Business Technologies on Public and Private Organizations: Industry Comparisons and Perspectives, A book edited by Dr. Ozlem Bak and Ms. Nola Stair, University of Brighton, UK and University of Greenwich, London, (forthcoming). (lire)

Pelet J.-É. (2010). Using Web 2.0 Social Computing Technologies to Enhance the Use of Information Systems in Organizations, édité par P. Papadopoulou, P. Kanellis and D. Martakos *Handbook of Research on Social Computing Theory and Practice: Interdisciplinary Approaches*, IGI Global. (lire)

Pelet J.-É. (2010). *The Influence of E-commerce Website Colors on Usability, Integrating Usability Engineering for Designing the Web Experience: Methodologies and Principles*, édité par T. Spiliotopoulos, P. Papadopoulou and D. Marta

Pelet J.-É. & Papadopoulou P. (2009). Experimental Study on the Effects of the Colors of E-Commerce Websites upon Memorization and Intent of Buying, dans “E-Commerce”, édité par IN-TECH, ISBN: 978-953-7619-98-5.

Pelet J.-É. (2005). Impact de la couleur des sites Internet sur la mémorisation des informations commerciales, suite au colloque H2PTM'05 « Créer, Jouer, Echanger », Paris. Ouvrage dans la collection H2PTM aux éditions Hermès.

Actes de colloques / Conférences

Massarini, M., **Pelet J.-É.**, Pauluzzo, R., Khan, J. (2016). *Fashion and Fashion System: Assessing the role of the Educational Environment*. The Mystique of Luxury Brands Conference, hosted by the Luxury Branding Research Cluster and Asia Business Centre of Curtin University, May 12-1, Shanghai, 2016.

Rundle-Thiele S., **Pelet J.-É.**, (2016). *The implementation challenge, solving problems and overcoming barriers*, 3rd European Social Marketing Conference, 22-23 September 2016, Espoo, Finland

Malek F., Ben Dahmane Mouelhi N., **Pelet J.-É.**, Ghachem F. (2016), *Imiter n'est pas copier : c'est l'essence de la société*, 5ème Edition du Congrès de l'Association maghrébine de Marketing, Mars, Hammamet, Tunisie

Pelet J.-É., Taieb B. (2016). Effects of Colored Contrast of mobile website on behavioral intentions, CARMA 2016 - 1st International Conference on Advanced Research Methods and Analytics, CARMA 2016, Universitat Politècnica de València, July 6, 2016 – July 7, 2016

Pelet J.-É., Lecat B., Taieb B. (2016). Optimizing the supply chain of wine with social media and collaborative consumption, 2nd edition of the International Conference PROLOG "Project & Logistic" Agadir 5-6 Mai 2016

Pelet J.-É., Taieb B., Massarini M., Ben Dahmane Mouelhi N., Mishra P., Mohammad Obeidat Z.; Zukowska J. (2016). *Impact of M-commerce Website design on Consumers' Behavioral Intentions: An*

Empirical Study of Age as Moderating Influence, AMS World Marketing Congress held at IESEG Management School's Paris Campus, July 20 - July 22, 2016.

Pelet J.-É., Taieb, Ben Dahmane Mouelhi N., (2016). *Du design des sites de m-commerce aux intentions comportementales*, AIM 2016, Lille, IÉSEG School of Management, 18-19-20 mai.

Pelet J.-É., Lecat B., Khan J., Lee L.W., Vigar-Ellis D., Mc Garry Wolf M., Rundle-Thiele S., Kavoura N.Katsoni V., Wegmann A.-L. (2015). *Wine and website loyalty: a model of sales promotion and service attributes*, 9th Academy of Wine Business Research (AWBR) Conference to be held at the University of South Australia in Adelaide, Australia on 17-19 February 2016

Pelet J.-É., Lecat B., Fauvy S. (2015). *Learning wine thanks to powerful MOOC emulation*, 9th Academy of Wine Business Research (AWBR) Conference to be held at the University of South Australia in Adelaide, Australia on 17-19 February 2016

Pelet J.-É., Pratt M.A., Fauvy S. (2015). *MOOCs and the integration of social media and curation tools in e-learning*, 4th International Workshop on Learning Technology for Education in Cloud (LTEC 2015), Maribor, Slovenia

Pelet J.-É., Lecat B., El Amrani R., Papadopoulou P., (2015). *Optimizing user experience for tablets to sell wine and luxury good thanks to social media during relaxing times: presentation of benefits based on two exploratory studies*, 2015 Global Fashion Management Conference at Florence, June 25th-28th, 2015 University of Florence, Florence, Italy

Pelet J.-É., Papadopoulou P. (2015). *Analyse exploratoire concernant la protection de la vie privée sur les réseaux sociaux: confiance, inquiétudes et comportement des utilisateurs*, 20^{ème} édition du Colloque de l'Association Information et Management (AIM 2015), 20-24 mai, Rabat (Maroc) (Accepted)

Pelet J.-É. & Uden L. (2014). *Mobile learning platforms to assist individual knowledge management*, in Uden et al. (Eds.): *KMO 2014*, LNBIP 185, pp. 1–12, 2014. DOI: 10.1007/978-3-319-08618-7_26, □ Springer International Publishing Switzerland 2014 presented at 9th International Conference on Knowledge Management in Organizations, September 2-5th, 2014, Santa Maria University, Santiago, Chile.

Kavoura, A., **Pelet J.-É.**, Rundle-Thiele S., Lecat, B. (2014). *Experience matters: Exploring the experience behavioral loyalty relationship in wine*, 2014 Global Marketing Conference, Singapore, July 15-18.

Pelet J.-É. & Uden L. (2014). *Mobile learning platforms to assist individual knowledge management*, in Uden et al. (Eds.): *KMO 2014*, LNBIP 185, pp. 1–12, 2014. DOI: 10.1007/978-3-319-08618-7_26, □ Springer International Publishing Switzerland 2014 presented at 9th International Conference on Knowledge Management in Organizations, September 2-5th, 2014, Santa Maria University, Santiago, Chile.

Pelet J.-É., Ettis S., Cowart K. (2014). *Understanding Optimal Flow on Time Distorsion in Social Media Experience Enhanced by Telepresence*, 19^{ème} colloque de l'AIM, Aix-en-Provence, 19-21 Mai 2014

Pelet J.-É., Lecat B., Khan J., Lee L.W., Vigar-Ellis D., Mc Garry Wolf M., Rundle-Thiele S., Kavoura N.Katsoni V., Wegmann A.-L. (2014). *Attitudes towards m-wine purchasing A cross-country Study*, VDQS Vineyard Data Quantification Society, Œnométrie XXI Lyon - FR - 4-7 juin 2014.

Pelet J.-É., Lecat B., Khan J., Lee L.W., Vigar-Ellis D., Mc Garry Wolf M., Rundle-Thiele S., Kavoura N.Katsoni V., Wegmann A.-L. (2014). *Influences of M-commerce and Social Media on Wine Purchases: A Multi-Cultural Study*, 8th Academy of Wine Business Research International Conference, June 28th-30th, 2014, Geisenheim, Germany.

Pelet J.-É., Ettis S., Schwob A., Hammami S. (2014). *Social networks and e-advertising: should companies promote their brand fan page or their brand website?* 17th AMS World Marketing Congress, August 5-8, 2014, ESAN Graduate School of Business Lima, Peru.

Pelet J.-É. (2014). *Smartphone or Tablet, when Global Positioning Systems may vary consumer product choices*, Shopper Marketing & Pricing Conference, Stockholm School of Economics, May 8-10, 2014.

Pelet J.-É., Vo Thanh T. & Rundle-Thiele S. (2013). *Deceptive Customer Reviews: What to do?*, 3rd International Conference on Tourism Management And Tourism Related Issues, Open University of

Catalonia, Barcelona, Spain, October 3-4, 2013

Pelet J.-É. & Papadopoulou P. (2013). *Investigating Social Networks in M-Commerce*, The 2nd International Conference on Strategic Innovative Marketing, Prague, Czech Republic, September 13-17, 2013

Pelet J.-É., Khan J. & Papadopoulou P. (2013). *Towards a scale for perceptions of mobile interaction: Establishing content and face validity*, The 2nd International Conference on Strategic Innovative Marketing, Prague, Czech Republic, September 13-17, 2013

Pelet J.-É., Diallo M.F. & Papadopoulou P. (2013). *How can Social Networks Systems be an m-commerce Strategic Weapon? Privacy Concerns based on Consumer Satisfaction*, Congrès Européen de Marketing EMAC, Istanbul / June 4-7, 2013.

Vo Thanh T. & **Pelet J.-É.** (2013). « *Faux avis de consommateurs : que faire ?* », 4^{ème} Journées Scientifiques du Tourisme Durable, 20/21 Juin 2013, ESC Troyes.

Ettis S., Hammami S. & **Pelet J.-É.** (2013). Réseaux sociaux et e-publicité : faut-il promouvoir la "landing page" de la marque ou le site web externe de la marque ? Social networks and e-advertising: should we promote the brand's fun page or the brand's website? Research day on digital Business, ESG Management School, 21/06/2013.

Papadopoulou, P. & **Pelet J.-É.** (2013). Trust and privacy in the shift from e-commerce to m-commerce: A comparative approach, (IFIP) International Federation for Information Processing Formation Conference on E-business, E-services, And E-society, <http://athina.cs.unipi.gr/i3e2013/> (Athènes, Grèce).

Pelet J.-É., Diallo M.F. & Papadopoulou P. (2013). Les facilitateurs du M-commerce : la facilité d'utilisation de l'interface des smartphones combinée aux réseaux sociaux numériques et au système de positionnement géographique, (AFM) Congres de l'Association Française de Marketing, <http://afm.i-campus.fr/> (La Rochelle, France).

Pelet J.-É. & Lecat B. (2013). Positive Influence of M-Commerce and GPS on the Group Purchase of Wine for Y-Generation, (AMS) Academy of Marketing Science, ams-web.org/cde.cfm?event=379890 (Monterey, CA, Etats-Unis)

Pelet J.-É., Mc Pherson M.A & Papadopoulou P. (2013). The Moderating Effect of Age on the Brightness of Color Found on an E-commerce Website: Implications for Baby Boomers and Persons with Impaired Color Vision, (e-case) International Conference on E-commerce, E-administration, E-society, E-education, And E-technology, <http://www.e-case.org/2013/> (Kitakyushu, Japan) (*Best Paper Award of the Conference: e-CASE & e-Tech 2013 in Kitakyushu*)

Pelet J.-É., Conway, C. M., Papadopoulou, P. & Limayem, M. (2013). Digital Enterprise Design & Management Conference (DED&M), Paris, Jardins de l'Innovation, February 12-13.

Pelet J.-É. & Lecat B. (2012). Y-Generation behavior on social networks systems: towards an alternative distribution channel to attract wine buyers, 15^{ème} Colloque Etienne Thil, 28-30/11/2012 - Lille (France).

Pelet J.-É. & Lecat B. (2012). Will Digital Consumption based upon Social Network Systems and Mobiles help to close Producers of Wine to Y-Generation?, Journée de recherche sur la consommation digitale, 29/11/2012, Ecole de Management Léonard de Vinci (EMLV) – (Paris La Défense, France).

Pelet J.-É. et Lecat B. (2012). Y-Generation behavior on social networks systems: towards an alternative distribution channel to attract wine buyers, 15^{ème} Colloque Etienne Thil, 28-30/11/2012 – (Lille, France).

Pelet J.-É. et Lecat B. (2012). *Will Digital Consumption based upon Social Network Systems and Mobiles help to close Producers of Wine to Y-Generation?*, Journée de recherche sur la consommation digitale, 29/11/2012, Ecole de Management Léonard de Vinci (EMLV) – (Paris La Défense, France).

Pelet, J.-É. (2012). How can Digital Social Networks be an M-Commerce Strategic Weapon? Privacy Concerns, 17^{ème} colloque de l'AIM, 21-23 mai, (Bordeaux, France).

Pelet, J.-É. (2012). Effets de l'étiquette d'une bouteille de vin sur l'authenticité perçue et l'intention d'acheter sur un site web marchand, 28^{ème} Congrès International de l'Association Française du Marketing, 9-11 Mai, (Brest, France).

- Pelet, J.-É. (2012).** Contraste coloré vs, couleurs des sites web marchands : de meilleurs niveaux de fiabilité et de validité des échelles de mesures, 10^{ème} colloque international de l'Association Tunisienne de Marketing, 8 et 9 avril 2012, (Hammamet, Tunisie).
- Pelet, J.-É., Lecat, B. & Papadopoulou, P. (2011).** *Enhancing learning and cooperation through digital virtual worlds*. In the Proceedings of the International Conference on Education, Research and Innovation – ICERI 2011, October 21-23, (Cairo, Egypt).
- Pelet, J.-É., & Ballantyne, D. (2011).** Synergies between digital social networks (DSN) and e-commerce: An application of the Delphi method. *Proceedings for the International Colloquium in Relationship Marketing 2011*, Saunders College of Business, (Rochester Institute of Technology, US) pp. 182-216.
- Pelet J.-É. & Lecat B. (2011).** *Can Digital Social Networks enhance the E-commerce of wine from Burgundy?*, 6th AWBR International Conference, 9-10 June, (Bordeaux Management School – BEM – France).
- Lecat B. & **Pelet J.-É. (2011).** *The behavior of the Y-Generation vis-à-vis wine consumption and wine purchase thanks to Digital Social Networks*, 6th AWBR International Conference, 9 – 10 June, (Bordeaux Management School – BEM – France).
- Pelet J.-É. (2011).** *Le e-commerce renforcé par les réseaux sociaux numériques : résultats d'une application expérimentale de la méthode Delphi*, 16ème colloque de l'Association Information & Management (AIM), Saint-Denis, (Ile de la Réunion, France, du 25 au 27 mai 2011).
- Habel C. & **Pelet J.-É. (2011).** Small and Large Hashtags: Parallels to Consumer Behaviour and Differing Double Jeopardy Effects in the Twittersphere, Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC).
- Pelet J.-É. & Dutilleux M. (2011).** *Réseaux Sociaux Numériques : Vers un e-commerce social ?*, Présentation introductive et conclusive lors de la conférence de la JAAM, 14^{ème} Journée de l'AgroAlimentaire de Montpellier, 03/03/2011, Montpellier.
- Conway, C. M.; **Pelet J.-É.**; Papadopoulou, P. & Limayem, M. (2010). "Coloring in the lines: using color to change the perception of quality in e-commerce sites". *ICIS 2010*, (St Louis, Missouri, US) *Proceedings*. Paper 224. http://aisel.aisnet.org/icis2010_submissions/224
- Pelet J.-É. & Yangui W. (2010).** Vers de meilleurs niveaux de fiabilité et de validité des échelles de mesures avec la variable contraste plutôt que la variable couleur d'un site web marchand, Colloque International sur « La curiosité en marketing », ISTECH, (Paris – 09 Décembre 2010).
- Pelet J.-É. & Yangui W. (2010).** Effet modérateur de l'âge selon la luminosité de l'apparence colorée d'un site web marchand : conséquences pour les baby-boomers et déficients de la vision colorée, Première Journée Internationale du Marketing Santé, JIMS, (IAE Lille1, 25 Novembre 2010, France).
- Pelet J.-É. & Ben Zakour Chelbi Z. (2010).** *Effects of colors on the attitude towards an e-commerce website: a multicultural approach*, Marketing Theory Challenges in Emerging Societies - EMAC Regional Conference, (Corvinus University of Budapest, September 23-25, Hungary).
- Pelet J.-É. & Hnana L. (2010).** *Écrans noirs Vs colorés ou comment la couleur peut favoriser le commerce électronique éthique*, AIM 2010, Systèmes d'information et développement durable : regards croisés et contributions, 19-21 mai 2010, (La Rochelle, France).
- Pelet J.-É. & Ben Zakour Chelbi Z. (2010).** *Approche multiculturelle des effets de la couleur sur l'intention d'achat sur un site Web marchand*, URAM, Université de Tunis El Manar, F.S.E.G. de (Tunis), Marketing & culture, culture du marketing, 14 et 15 Mai 2010.
- Pelet J.-É. & Ben Zakour Chelbi Z. (2010).** Effets de la couleur sur l'attitude envers un site Web marchand : une approche multiculturelle, Congrès annuel de l'Association Tunisienne de Marketing, (Sousse, Tunisie).
- Pelet J.-É. (2010).** *Effets de l'étiquette d'une bouteille de vin sur l'authenticité perçue et l'intention d'acheter sur un site marchand*, 26ème congrès international de l'Association Française du Marketing, (6 et 7 mai 2010 Universités du Mans & d'Angers, France).

- Pelet J.-É. (2010).** *Effects of the wine bottle label on the perceived authenticity and buying intention on a retail website*, Enterprise diversity in the business of wine, 5th international conference of the Academy of Wine Business Research, (University of Auckland, New Zealand), 8-10 February 2010.
- Pelet J.-É. (2010).** *Diversité des états affectifs vécus sur un site marchand*, 9th International Conference Marketing Trends, Venice, January 21st-23rd 2010.
- Pelet J.-É. & Papadopoulou P. (2009).** “*The influence of negative mood on memorization and buying intention according to the colors of e-commerce websites*”, 4th Mediterranean conference on information systems. MCIS 2009, Information Society Research, (Greece), 25-27 September 2009.
- Pelet J.-É. & Bernardin E. (2009).** Effets de la couleur sur la mémorisation des contenus de formation en ligne, *14ème conférence AIM 2009*, (Marrakech, Maroc).
- Pelet J.-É. & Gazbar T. (2009).** L’expertise du consommateur sur un site web marchand, facteur clé de succès ?, *Congrès annuel de l’Association Tunisienne de Marketing*, (Ahmamet, Tunisie).
- Pelet J.-É. & Papadopoulou P. (2009).** The effects of e-commerce websites colors upon consumer trust, *EMAC, Congrès Européen de Marketing*, Audencia, (Nantes, France).
- Pelet J.-É. (2008).** *Diversité des états affectifs vécus sur un site web marchand*, Ateliers de la recherche en Design, (Tours, France).
- Pelet J.-É. (2008).** Effets de la couleur des sites web sur la mémorisation et sur l’intention d’achat, *13ème conférence, AIM 2008 (Paris), pre-ICIS Workshop*.
- Pelet J.-É. (2008).** Effets de la couleur des sites web marchands sur la mémorisation des informations commerciales et sur l'intention d'achat du consommateur, *7ème journée nantaise de recherche sur le e-marketing*, (Nantes, France).
- Pelet J.-É. & Lemoine J.-F. (2008).** Experimental study on the effects of the colors of e-commerce websites upon memorization and intent of buying, *CUB08 - 1st international workshop on computers users’ behaviour in conjunction with the DEXA 2008*, September 1-5, 2008 Politecnico di Torino, Turin, 449-453. Session Chair lors de ce colloque
- Pelet J.-É. (2007).** Effets de la couleur des sites sur la mémorisation et sur l'intention d'achat de l'internaute, *Ateliers de la recherche en design ®*, (Bordeaux, France).
- Pelet J.-É. & Schmitt J. (2007).** Effets de la couleur des sites sur la mémorisation et sur l’intention d’achat des consommateurs, *Colloque ECIG - Conférence Internationale - eCommerce & Gouvernance de l’Internet*, (Sousse, Tunisie).
- Pelet J.-É. (2006).** Effets de la couleur des sites marchands sur la mémorisation des informations commerciales, *Colloque doctoral de l’Association Française de Marketing*, (Nantes, France).
- Pelet J.-É. (2005).** Impact de la couleur des sites Internet sur la mémorisation des informations commerciales, *Colloque H2PTM’05 « Créer, Jouer, Echanger »*, (Paris, France).
- Pelet J.-É. (2005).** Impact de la couleur des sites Internet sur la mémorisation des informations commerciales, *Colloque IRIS « Essence et sens des couleurs »*, (Nancy, France).

Track chair

2013 M-Commerce & Consumer Behavior, 2nd International Conference on Strategic Innovative Marketing, IC-SIM 2013 (<http://www.icsim.net>), Prague, Czech Republic, September 13-17, 2013

2008 CUB08 - 1st international workshop on computers users’ behaviour in conjunction with the DEXA 2008, September 1-5, 2008 Politecnico di Torino, Turin, Italy, 449-453.

Relecteur

2016 Conférences : AIM, AMS, EMAC, AWBR - **Journaux :** INFMAN, SIM

2015 Conférences : AIM, AMS, EMAC, AWBR - **Journaux :** EJIS, SIM

2014 Conférences : AMS, EMAC, AFM - **Journaux :** INFMAN, SIM

2013 Conférences : AIS, AIM, AFM, ASAC, EMAC, e-CASE - **Journaux :** EJM, INFMAN

2012 Conférences : 41st European Marketing Academy Conference (EMAC), ISCTE Business School, Lisbon, May 2012 (6 articles)

2012 Journal : Systèmes d'Information et Management (SIM)

2012 Conférences : 28th congrès de l'AFM, 9, 10 et 11 mai 2012, Brest

2011 Conférences : 19th European Conference on Information Systems – ICT and Sustainable Service Development, June 9-11, 2011, Aalto University School of Economics Helsinki, Finland

2011 Conférences : 27th conference of the French Association of Marketing, organized by Louvain School of Management and CCMS (Center for Research on Consumers and Marketing Strategy) at Bruxelles 18 - 20 may 2011

2011 Conférences : EMAC 2011, Faculty of economics, 40th Conference, Ljubljana, Slovenia

2010 Conférences : EMAC Regional Conference Corvinus University of Budapest, September 23-25, 2010 Hungary

2010 Conférences : International Conference on the « Curiosity in Marketing », ISTE, Paris – 09 December 2010

2010 Conférences : Association Information Management, (AIM), 15th conference of the Association Information et Management, Systèmes d'information et développement durable: regards croisés et contributions, 19-21 mai, La Rochelle, France.

2010 Conférences : European Marketing Academy Conference (EMAC) 2010, Copenhague

2010 Conférences : 26^{ème} congrès international de l'Association Française du Marketing 6 et 7 mai 2010 Universités du Mans et d'Angers, présidé par Michel G. et Gauzente C.

2009 Journaux : Recherche et Applications en Marketing (RAM), Special Edition on the “New Consumer”, guest redactor: Marc Vanhuele.

2009 Conférences : Association Information Management, (AIM), 14th conference, 10 to 12th of june 2009, Marrakech, Morocco.

2009 Ouvrage: Integrating Usability Engineering for Designing the Web Experience: Methodologies and Principles, édité par T. Spiliotopoulos, P. Papadopoulou and D. Martakos, IGI Global, forthcoming (2009)

2009 Journaux : Special issue on: human-computer interaction value for e-business, International Journal of E-Business Research (IJEER)

2008 - Association Information Management, (AIM.), 13^{ème} conférence, 10 au 12 juin 2009, Marrakech, Maroc. (3 articles)

Atelier

2008-2009 : Participation à l'atelier de publication en anglais organisé par l'Association Française de Marketing – (HEC Paris). Préparation d'un article à destination du Journal of Marketing Research.

II. ENSEIGNEMENT

Sites de cours

Wine Mooc Marketing : <http://winemarketingmooc.wordpress.com> (en construction)

Pocket commerce, Mobile & Ubiquitous Commerce, comprendre le comportement du consommateur online :

<https://pocketcommerce.wordpress.com/>

Marketing Research Methods, Generate and deliver information with credibility and integrity:

<https://marketingresearchmethodology.wordpress.com/>

Stratégie e-Business, Strategie | Implementation | Pratique : <http://j.pelet.free.fr/ebusiness/>

Marketing: An Introduction, Today's marketing is about creating customer value and building profitable customer relationships... <https://marketinganintroduction.wordpress.com/>

eMarketing Course, Strategy | Implementation | Practice: <http://j.pelet.free.fr/emarketing/>

Knowledge Management For All

<http://knowledgemanagementforall.wordpress.com/>

Blogs

e-marketing : <http://j.pelet.free.fr/emarketing/dotclear/>

m-commerce : <http://www.tumblr.com/blog/jepelet>

publicité : analyse de films publicitaires selon l'axe « culture, image, publicité » :

<http://publiciteprojet.wordpress.com/>

Plateforme de contributions d'étudiants en e-marketing et sujets liés au marketing digital

Knowledge Management & Content Management System: kmcms.net/



Enseignement à distance (plateforme d'e-learning conçue en 2002 pour écrire la thèse et donner des cours, actuellement en fonction : <http://www.kmcms.net> – Knowledge Management & Content Management System) et en présentiel pour toutes les formations :

- 2016** Conférencier lors de la Deuxième édition de Tunisia Digital Day, le 21 et 22 avril 2016, Tunis, Tunisie
- 2014** Visiting professor dans le cadre du « Summer University Warsaw 2014 » (E-commerce Solutions in Central Europe) à l'université de Varsovie, Pologne
- 2013** Visiting professor à l'Institute of International Studies (IIS-RU), Ramkhamhaeng University, Bangkok (e-marketing)
- 2013** Visiting professor à l'université d'Aalto, Helsinki, Finland
- 2013-14** IDRAC Paris ; 1) Les fondamentaux du e-business et du web marketing, 2) Les nouveaux marketings, 3) Marketing communautaire sensoriel et émotionnel, 4) Stratégie web 2.0
- 2013** Visiting professor - Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thaïland 1) Marketing Management, Etudiants en MBA et en Phd en administration des affaires, à Chiang Mai, Integrated Marketing Communication, Etudiants Undergraduate BBA, à Bangkok.
- 2013** Sup de Co La Rochelle – (web tourism + e-marketing + e-business + Supervisor of Major Projects in marketing)
- 2013-14** EFRAI, Ecole d'Ingénieur, Paris Sud – e-CRM
- 2013** ITBS Angers – M1 Management et développement tourisme hôtellerie restauration loisirs parcours hospitality management - E & M Tourism
- 2013** IAE Nantes – (M2) - Marketing Digital : La théâtralisation des sites web marchands

- 2013- 14** IAE Grenoble – (M1) - Spécialité Management des Systèmes d'Information et d'Organisation – Web Marketing
- 2013** Sup de Co La Rochelle – Marketing et conception de sites web
- 2012** Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM) (L3) – Marketing Fondamental
- 2011** Institut d'Enseignement à l'Administration et au Management (IEAM) (5A) – Knowledge Management et e-marketing
- 2004-2012** Université Paris Dauphine MIAGE (5A), e-marketing (2011 - Université de Worcester)
- 2010-2011** ESC Amiens – Amiens - Théâtralisation des sites web marchands (5A)
- 2010** ESC Dijon – Dijon - Marketing stratégique (3A) – Strategic Marketing (3A) – Communication et Publicité (3A)
- 2010- 14** Université d'Evry - Publicité et communication (formation par alternance, 3A) - Gestion de la Relation Client (M1, Master Achats internationaux et distribution de biens et services) - Techniques d'expression en public - Marketing
- 2010-2013** ENSTA ParisTech (Ecole Nationale Supérieure de Techniques Avancées) – Paris
Supervision de projets relatifs à des entreprises du CAC 40 Domaine : Stratégie (5A)
- 2009** SupAgro Montpellier – Montpellier - Responsable de la coordination du pôle marketing
Méthodologie de la recherche (Analyse de Contenu) (5A) – E-Marketing (5A)
- 2008** ISG (Institut Supérieur de Gestion) – Paris - Marketing Stratégique (1A) – Publicité et Communication (1A) – e-Business (5A) – Knowledge Management (5A)
- 2008-09** Institut Universitaire et Technologique - La Roche sur Yon (e-learning)
Marketing stratégique et opérationnel (production jeunesse) et E-marketing (L2)
- 2007** ISEG (Institut Supérieur Européen de Gestion) – Nantes
Communication et Technique d'Expression (1A)
Séminaires sur l'Interface Graphique (1A, 2A, 3A)
Séminaires d'e-Marketing (1A, 2A, 3A)
- 2003-10** École de Design de Nantes Atlantique
Conseils : suivi de projets de design produit et hypermédia (formation initiale 3A, 4A, 5A)
Cours : e-marketing, écriture sur le web, analyse visuelle des interfaces, ergonomie appliquée au web, référencement, affiliation – (formation continue et pour adultes)
- 2003- ?** Reims Management School
Encadrement de mémoires de recherche (3A)
- 2004-07** Université de Nantes - Faculté de gestion
Cours de Marketing et Systèmes d'Information - Master Professionnel Nouveaux Média de Communication à Distance et Management de Projet (5A)
- 2004-05** ESSCA (École Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers)
Cours de Management Stratégique (3A) et d'Introduction au Management (1A)
Conception d'un Système de Gestion de la Connaissance en tant qu'assistant de recherche
- 2002** Université Laval (Québec, Québec, Canada)
Introduction aux Technologies de l'Information (niveau MBA) – Correction des travaux d'étudiants et aide à la préparation des cours en tant qu'assistant

III. RESPONSABILITES ADMINISTRATIVES ET GESTION DE PROJET

2015 - Responsable du département « Marketing Digital » de l'ISC Paris

- Préparation du séminaire sur le thème « digital marketing » des 14-15/09/2015
- Création de la maquette (choix des cours et des professeurs) du MBA « Marketing Digital »

2011-12 - Conception et réalisation d'une plateforme d'e-learning pour GES (Groupement d'Ecoles Spécialisées) (Paris)

- Gestion de projet pour la mise en place d'une plateforme d'e-learning utilisant les cours fournis par CrossKnowledge ;

2011 - Modérateur Responsable du Département Design Multimedia

- ICAN/ESGI Paris. Ecriture de la maquette de 10 cours centrés autour de : game design, virtual animation, e-learning, knowledge management, audio and video, web design, programming JAVA... destinés à être implémentés dans le département Design Multimédia de « In-House Multimedia College », Kuala Lumpur, pour le compte de l'Institut de Création et Animation Numériques (ICAN) et de l'Ecole Supérieure Genie Informatique (ESGI)

2009 - Responsable de la coordination du pôle marketing

- SupAgro Montpellier

2003-2008 - Activités au LEMNA (Laboratoire de Gestion de l'Université de Nantes)

- Création et administration du site web de l'école doctorale de sciences et de gestion
- Aide à l'organisation des journées recherche en e-marketing de Nantes chaque année

Chef de projet Web

Année	Métier	Objet	Réalisation	Clients / Organisme visé
2015	Développement d'un MOOC	Création d'une plateforme type MOOC sur le marketing du vin	Wordpress + widgets + pages de social media	Préparation d'une enquête pour une conférence (AWBR 2016)
2013	Création de site de m-commerce	Conception et réalisation du site web	Page en responsive et intégration de widgets	Preya Cycles
2010	Gestion de projet multimedia	Conception du site web et mise en relation avec des Réseaux Sociaux Numériques	Gestion de l'équipe de programmeurs et graphistes pour la réalisation du site web marchand : www.privateburgundy.com	fabrizio e. franchetti vinobacter BP 80301 21208 Beaune cedex
2007 -	Gestion de projet multimedia	Campagne de communication online	Mise en place des outils permettant à la marque	Double Pensée 15 Rue des Archives

2008			« penseenature.com » d'acquérir notoriété et image	Paris
2006	Gestion de projet multimedia	Conception et réalisation d'un site web vitrine	Participation à la mise en place du colloque sur l'Internet	Doctorants de la ville de Nantes
2005 - 2007	Gestion de projet multimedia	Conception et réalisation d'un site web marchand	Site de vente de fleurs stabilisées	Double Pensée 15 Rue des Archives Paris
2004	Référencement sur Internet	Site Internet de l'entreprise	Référencement et conseil	Victor Public Relation Consultancy - Bruxelles, Belgique
2003 - 2008	Aide à la préparation des colloques	Journées nantaises de recherche sur le e-marketing	Aide logistique, matérielle	Pr Lemoine J.-F. organisateur du colloque
2003 - 2011	Gestion de projet multimedia	Conception et réalisation d'un site web marchand	Site de restaurant : www.relaisdugois.com	Le Relais du Gois Beauvoir sur Mer
2002	Gestion de projet multimedia	Conception et réalisation d'un site web marchand	Site d'Hôtel-restaurant 3 étoiles	Hôtel Saint Paul Ile de Noirmoutier

IV. EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

Conseil

2016 Modérateur salons e-marketing, programmation (Paris)

2015 Modérateur salons e-marketing, SMX et e-commerce (Paris)

2013 Création d'une maquette de cours de marketing pour CrossKnowledge

2012 Consultant pour une agence de publicité : Rosbeef (Paris)

Apprentissage du code HTML

2011 Formation au logiciel Excel (Groupement des Agriculteurs Biologiques d'Ile de France, public adulte)

2009 Création de KMCMS - EARL, au capital de 1000 €, 33 rue Laurence Savart, 75020 PARIS, RCS Paris 514 515 873

2003 Formation au logiciel Dreamweaver IV (entreprise Solideal, Luxembourg)

2002 Formation à l'écriture sur le Web (CCI de Nantes)

2002 Conception/Réalisation d'un site sur la publicité provocatrice pour un professeur de marketing (Richard Vézina) de l'université Laval - Québec

2002 Audit pour le gouvernement du Québec sur l'intérêt de passer aux logiciels libres - Travail collaboratif à distance réalisé sur une plate-forme Linux

Emplois/Stages

2001 IBM – e-business Innovation Centre – La Défense, Paris, Knowledge management - Assistant à la gestion de projet – Travail sur l’Intranet de Danone (04-08)

2001 INRA d’Avignon - Projet de maîtrise, Conception/Réalisation du site Internet (01-07)

2001 Hotel « La Mirande » - Projet de maîtrise – Avignon, Conception/Réalisation d’un CD Rom

2000 AGICOM - 41000 BLOIS, Stage à distance - Conception/Réalisation du site Internet : www.agicom.fr

1999 MindShare - OGILVY- Agence de publicité – 40 Avenue Georges V, PARIS

Assistant des activités on-line média. Transactions publicitaires et achat d’espace

1997 NICKEL - Agence de publicité – Strasbourg, Assistant Chef de Publicité. Assistant Directeur Artistique

1997 CIMTECH - Nivelles, Belgique, Conception/Réalisation d’animations et de la charte graphique du site Internet : www.cimtech.be

1996 Mairie d’Illkirch, Service Communication, promotion des manifestations et animation de la ville, aide à la logistique

V. PARCOURS ET DIPLOMES

Titre

Docteur en Sciences de Gestion, spécialité Marketing (IEMN - IAE - Laboratoire de recherche LEMNA Université de Nantes, Faculté des Sciences Économiques et de Gestion)

Formation et diplômes

2011 Formateur

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11 75 47169 75. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat

2008 Doctorat en Sciences de Gestion, mention très honorable avec les félicitations du jury

Titre : Effets de la couleur des sites web marchands sur la mémorisation et sur l’intention d’achat de l’internaute – Directeur de thèse : J.-F. Lemoine, IEMN-IAE – Université de Nantes.

2002 MBA Gestion des Technologies de l’Information - mention très bien - Stratégie en TI

Réingénierie – Gestion de projet - Design – e-commerce – e-marketing

Titre du mémoire : « comment améliorer l'interactivité entre la publicité sur Internet et les internautes ? » Université Laval, Québec

2001 DESS Nouveaux Média de Communication à Distance et Management de Projets -mention bien - Planification - Économie de réseaux - Commerce électronique – Conception – Développement – IEMN-IAE – Université de Nantes

2000 Maîtrise des Sciences et Techniques de la Communication - mention bien

Conception multimédia - Titre du mémoire : « *La publicité sur Internet : vers une modélisation ?* » Université d’Avignon et des Pays du Vaucluse

1999 Bachelor of Art (Honours) Advertising (publicité) - mention très bien – Publicité - Titre du mémoire : « *L’intérêt des PME à communiquer via Internet* » - Institut de Southampton, Angleterre

1998 Première année de HND Design, mention très bien - Design, Communication, Publicité - Institut de Southampton, Angleterre

1997 DUT Information-Communication - mention bien - option communication d’entreprise et publicité

- IUT Strasbourg-sud

1995 Baccalauréat S - mention bien - option mathématiques - Lycée Dessaignes, Blois.

Concours/Bourses

2002 Bourse Top International du Conseil Régional des Pays de la Loire
Bourse d'Excellence attribuée par l'Université Laval, (Québec, Québec, Canada)

2000 Lauréat du 14^{ème} concours de l'Association Française des Banques
Sujet : “Imaginez l'agence bancaire de la prochaine décennie”.

Langues

Anglais : courant, **Allemand** : scolaire, **Espagnol** : scolaire

Informatique

Utilisation des logiciels/OS : Word, Excel, Powerpoint, Adobe Photoshop, Quark-X-Press

Flash, Dreamweaver, Fireworks, Linux : logiciels libres amis

Niveau professionnel de l'utilisation d'Internet

Sports, Loisirs, Brevets

Pratique assidue du canoë-kayak dans un club pendant 10 ans en compétition

J'aime voyager, lire, aller au cinéma, écouter tous les genres musicaux électroniques

Titulaire de :

- Permis B & A (auto/moto)
- Brevet de surveillant de baignade
- Attestation de formation aux premiers soins avec matériel
- Monitorat de canoë kayak + tronc commun du Brevet d'État canoë kayak et disciplines associées