# CURRICULUM VITAE

BRASSIER Pascal, Philippe

Né le 11.03.1967 à Clermont-Ferrand   
Marié, 3 enfants

[pascal.brassier@uca.fr](mailto:pascal.brassier@uca.fr)

[www.linkedin.com/in/pascalbrassier](http://www.linkedin.com/in/pascalbrassier)

IAE Clermont Auvergne   
11 Bd. Charles de Gaulle   
63000 Clermont-Ferrand – www.[iae.uca.fr](http://www.iae.uca.fr)

Laboratoire de rattachement :   
CleRMa – Clermont Recherche en Management – www.[clerma.fr](http://www.clerma.fr)

DIPLOMES & QUALIFICATIONS

2024 **Habilitation à diriger des Recherches** (HDR) en Sciences de Gestion, Université Clermont Auvergne (UCA), Garant Pr. Christophe Fournier (Université de Montpellier)

2020 Promotion **MCF Hors Classe** au titre de l’Université Clermont Auvergne (UCA)

2013 + 2006 Qualification aux fonctions de **Maître de Conférences**, CNU Gestion 06

2004 **Doctorat ès Sciences de Gestion**, Université d’Auvergne (UdA),   
UFR Sciences Économiques. *Mention Très Honorable, avec Félicitations du Jury*

2000 **D.U. Pédagogie & Communication**, UdA, Mention Assez Bien  
1996 **D.E.A. Sciences de Gestion**, UdA, Mention Très Bien. Rang : 1er

1989 Maitrise Marketing, UdA

1988 Licence ès Sciences Économiques, UdA

**Langues** : Français, Anglais (courant), Portugais, Espagnol (intermédiaires), Madarin (débutant)

FONCTIONS ACADÉMIQUES

**2013–…** Maître de Conférences – **UCA, IAE Clermont Auvergne**

Enseignant invité

|  |  |
| --- | --- |
| * Aalen University of Applied Science-**Allemagne** (2015) * ISCTE Lisbonne-**Portugal** (2006 à 2012) * Krakow Business School-**Pologne** (2006-…) * Örebro University-**Suède** (2008) * Shanghai Normal University-**Chine** (2017-...) * University of Kansas, Lawrence-**USA** (2004) * University of Oklahoma, Norman-**USA** (2006) | * Zuyd University of Applied Science, Maastricht-**Pays Bas** (2014) * ESCP Europe, Paris (2011 à 2015) * Grenoble École de Management (2018) * Institut Français de la Mode, Paris (2015 à 2017) * ISEM Montpellier 1 (2008 à 2010) * IAE Montpellier (2022-...) * Université Paris-Est Créteil (2015) |

RESPONSABILITÉS SCIENTIFIQUES

* **2019-2023** **Coconcepteur du** **Programme de recherche-action STAM** : création d’une communauté en ligne B2B. Laboratoires : CleRMa (Gestion, 3 EC, 1 doctorant), LIMOS (informatique, 3 EC, 1 doctorant), un cluster industriel (4 PME + 3 multinationales au comité de suivi). Budget Feder-UCA-entreprises. 1,7 M€. **Budget géré 259 K€.**
* **2021-2022** **Concepteur du** **Programme de recherche-action P2C** : étude d’un outil d’autoévaluation des compétences commerciales. Lauréat d’un appel à projets UCA. 3 EC, 2 étudiants, 1 professionnel. **Budget géré 20 K€.**
* **2020-2022** Membre du **Programme de recherche-action CIALM** : équipe interdisciplinaire Information-communication, gestion, langues sur les compétences interculturelles. Financements UCA. 4 EC, 2 professionnelles. **Budget géré 13K€.**
* **2020** **Organisation d’une formation à NVivo** pour le laboratoire CleRMa, pour 8 EC et doctorants ; NVivo standard et avancé, 4 demi-journées en ligne. **Budget 10 K€.**
* **2016-2019** Membre de l’équipe de recherche **‘Asclepios-Santé & Territoire’** : partenariat entre le CHRU-Cancérologie et 6 EC en gestion. Contribution : 1 communication, 1 article.
* **2014-2016**  **Co-fondateur du Groupe de recherche HIEROS :** Marketing & communication du sacré. Équipe interdisciplinaire Gestion, Information-communication, Civilisation. Coorganisateur de 2 journées d’étude.
* **2012-2015** Membre du **Conseil Scientifique du laboratoire CRCGM** (devenu CleRMa) : conseils scientifiques mensuels, constitution et animation des thématiques de recherche, organisation des évènements scientifiques.
* **2012-2013** **Coresponsable de la thématique ‘Processus & Identités Marketing’** du CRCGM : Animation de la thématique, réunions mensuelles – une dizaine d’EC.
* **2010-2013** Membre du programme de recherche **‘Évaluation des compétences managériales’**, CEDAG-gestion, Université Paris Descartes, dirigé par Martine Brasseur, 9 EC et 3 professionnels (Entreprise Krauthammer).

Encadrement doctoral et scientifique

*Encadrement doctoral :*

* **2019-2024** – **DAN Serge,** Co-encadrant **Doctorat en Gestion**, IAE-UCA. Programme STAM, communauté en ligne B2B en métrologie industrielle, avec Pr. Pascal LIÈVRE. Taux d’encadrement 50%. 5 communications faites ; 2 articles en cours.
* **2013-2014** – **TANG Jing,** Co-encadrant **Doctorat en Sciences de gestion**, IAE-UCA. Partenariats public-privés dans le secteur médical France-Chine, avec Pr. Pascal LIÈVRE. Taux d’encadrement 20%.

*Membre de jury de thèse de doctorat :*

* **20 Juin 2024** – **GUIGUARD Laure**, Université Lyon 3. **Direction de thèse** : Pr. Régine Vanheems, Université Lyon 3, et Catherine Pardo, HDR, EM Lyon. **Membres du jury** : V. Des Garets, Université de Tours ; R. Mencarelli, Université Savoie-Mont-Blanc ; W. Ulaga, Insead ; P. Volle, Université Paris-Dauphine.

*Comités de suivi doctoraux :*

* **2021, 2022 et 2023 –** **GUIGUARD Laure**, Université Lyon 3, **Comité de suivi de thèse**. Direction de thèse : Pr. Régine VANHEEMS, Université Lyon 3, et Catherine PARDO, HDR, EM Lyon.
* **2021, et 2022** – **KHRIFECH Salma**, EM Normandie, **Comité de suivi de thèse**. Direction de thèse : Damien CHANEY, HDR, EM Normandie.

*Encadrement de mémoires-masters :*

* **2017-2018** **MESFIOUI Meriem, Master 2 Qualification Recherche**, IAE-UCA. Encadrement du mémoire de recherche « l’animation des communautés en ligne B2B ». M. Mesfioui est depuis doctorante en 3e année au CleRMa, en management de la santé.
* **Depuis 2001** **Encadrement** **contrats d’alternance et de stage**, 12 à 15 étudiants de M2 par an, avec rapport de soutenance, **problématique de recherche** et application de terrain.
* **Depuis 2014** **Encadrement de projets de recherche M1** Marketing-Vente, dans le cadre de mon cours « Initiation à la recherche ». 12 à 14 sujets/an, rendu de type « article ».

Diffusion et rayonnement

* **2024** Organisateur du 2e **Workshop of Research in Sales Management & B2B Marketing**, IAE Clermont Auvergne.
* **2023** Organisateur d’une **Journée de recherche Management des Ventes**, IAE Clermont Auvergne.
* **2019 et 2021** **Co-responsable** (comité scientifique et organisation) de l’***International Teaching Forum***, Clermont-Ferrand. **Conférence internationale** sur la pédagogie innovante, organisée avec **l’Université Normale de Shanghai** (Chine) et **Utah Valley University** (USA). Sélection et évaluation des communications, organisation logistique de la conférence****,**** 93 participants de 22 pays, 26 communications, 2 tables rondes.
* **2009** **Organisateur** de la **Conférence Global Sales Science Institute** (GSSI), Clermont-Ferrand. Organisation logistique, des équipes et des processus scientifiques. Sélection et évaluation des communications, 120 participants d’une quinzaine de pays.
* Membre des **Comités d’organisation de conférences** gérées par le laboratoire CleRMa :
  + **2019** **Colloque international GECSO**, knowledge management.
  + **2013** **Conférence AIMS**, management stratégique.
* **2010-2020** **Presses Universitaires de Grenoble**: Membre du comité scientifique, *Collection* *Management & Innovation* : relecture de manuscrits soumis à la collection, discussion avec le Comité éditorial pour le choix des ouvrages retenus.

Membre d’organisations savantes

**AFM**-*Association Française de Marketing*, **AIM**-*Association Information & Management*, [**AMA**](https://www.ama.org/)-*American Marketing Academy*, **ARIMHE**-*Association pour la Recherche Interdisciplinaire sur le Management des Entreprises*, **EASB**-*European Academic Sales Board* (Pays-Bas, membre fondateur 2018), **EMAC**-*European Marketing Academy*, **GSSI**-*Global Sales Science Institute* (membre fondateur en 2007).

Membre de comités scientifiques de revues

* **Journal of Selling** (Northern Illinois University)
* **Rimhe –** *Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise*
* **International Journal of Technology Management and Sustainable Development** (Oxford Brookes Business School)

Relecteur

**Conférences** : AFM, AIMS, ARIMHE, CIGE, EMAC, GSSI – **Revues** : Décisions Marketing (Fnege 3), Journal of Selling, MIT-Sloan Management Review (Fnege 2), Recherche et Applications en Marketing (Fnege 2), Communication & Management (Fnege 4).

Expert scientifique auprès d’associations professionnelles

* Depuis 2022 **Trésorier d’Aunege**, Université Numérique Économie-Gestion
* Depuis 2019 **Administrateur** d’Aunege
* Conseil National des Conseillers du Commerce Extérieur (**CNCCEF**, 2012+)
* Dirigeants Commerciaux de France (**DCF**, 2002-14)
* European Marketing Confederation (**EMC**, 2011+)
* Chief Marketing Officer Council Worldwide (**CMO**, 2009+)
* Fédération de la Vente directe (**FVD**, 2013+)
* Organisateur du **Social Selling Forum** Clermont (2018, 250 professionnels)

**Formation continue et conférences :** depuis 2004, plusieurs milliers de cadres et dirigeants formés dans une dizaine de pays (Europe, Amérique, Asie) ; une centaine de conférences professionnelles pour associations DCF (France entière), Banque Postale, CCI, CPME, Limagrain, Michelin, etc.

RESPONSABILITÉS ADMINISTRATIVES

* **2018, 2024, 2025** Membre du **Comité de sélection MCF** marketing de l’IAE ; VP en 2025
* **Depuis 2023 Chargé de Mission Compétences & Learning**, Institut Droit-Economie- Management UCA : *Accompagnement des trois écoles dans l’Approche par Compétences ; développement d’innovations pédagogiques*
* **Depuis 2022 Responsable du Standard 5 ‘AOL’ pour l’accréditation** [**AACSB**](https://www.aacsb.edu) :  
  *Mise en œuvre**du standard ‘Assurance of Learning’, certification de compétences pour l’ensemble des diplômes de l’IAE*
* **2022 Membre Comité National d’Experts HCERES**   
   *Evaluation d’établissements et de formations*
* **2018**-**2022** Membre invité permanent du **Conseil de Gouvernance de l’IAE**  *Participation aux décisions stratégiques – Certification AACSB.*
* **2018-2022** **Adjoint du Directeur de l’IAE pour l’accréditation** [**AACSB**](https://www.aacsb.edu) : *- Coordination de la démarche de certification - Représentant auprès d’IAE France pour les accréditations - Animation d’une équipe de 10 enseignants-chercheurs.*
* **2019-2021** Membre invité permanent du **Comité de Direction de l’IAE**.
* **2015-2016** Membre du **Conseil de Recherche**, du **C.A. restreint**, et de la **Commission des Finances**, mandat Université d'Auvergne précédant la création de l’Université Clermont-Auvergne (UCA).
* **2014-2016** **Chargé de mission, pilotage de la fusion des enseignements en gestion** Université Blaise-Pascal/Université d’Auvergne, création de l’UCA.

RESPONSABILITÉS PÉDAGOGIQUES

* **2017-2024** Concepteur et Directeur du **Master 2 *Direction Commerciale & International Business***(Master en alternance, bilingue Français-Anglais).
* **2013-2018, et 2024+** Responsable de la **Mention Marketing-Vente** – 3 parcours de Master,   
  6 enseignants-chercheurs, 50 intervenants vacataires, 130 étudiants.

Principaux Cours *(65% en français, 35% en anglais)*

* **L3** : Customer relationship management ; Développement commercial international.
* **M1** : Sales force management ; Initiation à la recherche.
* **M2** : Négociation commerciale ; Direction commerciale ; Social networking.
* **Comme Professeur invité :** Sales management ; Sales strategies, Business negotiation ; Social selling; Export marketing ; European marketing ; Social network analysis, etc.

FONCTIONS ANTÉRIEURES

* 2002-2013 **Enseignant-Chercheur en Marketing et Vente**, École de commerce Clermont.
* 1997-2002 **Enseignant vacataire**, *DESS Développement Commercial*, U. d’Auvergne.
* 1991-2001 **Formateur en marketing et vente, Directeur de centre de formation** (Euromaster France-Groupe Michelin, sociétés FGA et ESCCAI).
* 1985-1993 **Attaché commercial**, vente directe (sociétés GEPM et AGF).
* 1997-2001 **Juge** **Prudhommal**, Section Encadrement, Tribunal de Clermont-Ferrand.

FORMATIONS PROFESSIONNELLES SUIVIES

* **Pédagogie – DU de Pédagogie par les Compétences**, Université de Lille-UCA (2024-2025,18 mois); **AI pour et par les Enseignants-Chercheurs**, France Université Numérique (2024); **Prompt Engineering** **for ChatGPT**, Vanderbilt (2024).
* **Recherche** – **Formation** **Python**, UBIST Lyon, et France Université Numérique (2022); **Introduction à R pour le management** (2022); **Nvivo**, CleRMa (2020); **Formation** **HDR**, UCA, Fnege, & CNAM (2020); **Social Network Analysis**, Michigan U. (2017); **Getting & Cleaning data,** John Hopkins (2015); **Social & Economic Networks**, Stanford (2014); **Networks illustrated**, Princeton (2013); **Autoformation** aux logiciels *NodeXL, Gephi, VosViewer, Automap, Cortext*, *Citespace, SPSS, Jamovi,* *Sentistrength*.

# PRODUCTION SCIENTIFIQUE

ARTICLES EN REVUES À COMITÉ DE LECTURE

1. Oh Y., **Brassier P.** & Lopes P. (2024). Hallyu Marketing from Korea: Female Universalism as an Alternative Performing Myth among Global Fans. *Asia Pacific Business Review*, … (Fnege 4, Hceres B, CNRS 3, ABDC B).
2. Chaney D., **Brassier P**. (2024). Understanding consumers’ heritage mourning: A social network analysis on the Notre-Dame cathedral fire. *Annals of Tourism Research*, 109, 1-15. (Fnege 2,   
   Hceres A, CNRS 3, ABDC A\*)
3. **Brassier P**., Favre-Bonté V., Ralet P. (2024). The impact of collective pre-game organization in the perceived experience of marketing simulations in higher education. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 1-13. (Fnege 4, ABDC C)
4. **Brassier P.** (2023). From Korea to the world: Women’s role as peer-leaders in K-pop transnational online brand communities. *Asia Pacific Business Review*, 29(3), DOI: 10.1080/13602381.2023.2229744 (Fnege 4, Hceres B, CNRS 3, ABDC B)
5. Brassier-Rodrigues C., Whigam C., **Brassier P**. (2022). ‘Gérer une situation interculturelle’ : une compétence pour valoriser l’interculturalité à l’Université. *Revue Bildungsforschung*, 1, 18p. (Hceres Sciences de l’Éducation)
6. **Brassier P**., Ralet P. (2021). Gamification et enseignement du management. *@GRH Numéro spécial innovations pédagogique*s, 39, 29-60. (Fnege 3)
7. **Brassier P**. (2020a). Vendre à l’international : des compétences en réseau au service des PME. *Management & Avenir*, 120, 89-109 (Fnege 3)
8. Ralet P., **Brassier P**. (2019). Proximité et distance perçues dans la gestion des relations médecins-patients : Application au cas du traitement du cancer du sein. *K@iros*, 18 p. (Information-Communication)
9. **Brassier P**. (2016). De l’inconstance du style de négociation chez les jeunes commerciaux. *Revue Négociations*, 26, 103-120 (Fnege 4)
10. Brassier-Rodrigues C., Bernard A., **Brassier P**. (2016). Le marketing et la communication du sacré dans la société contemporaine. *Les Cahiers de la SFSIC*, 12, 117-121 (Information-Communication)
11. Brasseur M., **Brassier P**. *et al.* (2012a). L’évaluation des compétences : Le cas de la conception et de la mise en œuvre d’un 360° Feed-back pour les managers. *Resaddersse International*, 9, 159-177, Version française (Hceres C)

Brasseur M., **Brassier P.** *et al.* (2012b). Evaluation of competences: A case of conception and application of a 360° feed-back for managers. *Resaddersse International*, 9, 178-195, Version anglaise (Hceres C)

1. Panagopoulos N. G., Lee N., Bolman Pullins E., Avlonitis G. J., **Brassier P.** *et al.* (2011). Internationalizing sales research: Current status, opportunities, & challenges. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 31/3, 221-244 (Fnege 3)
2. **Brassier P**. (2008a). Les commerciaux et les réseaux sociaux : vers de nouveaux outils de management des ventes. *Management & Avenir*, 16, 133-147 (Fnege 3)
3. **Brassier P**. (2001a). Les technologies de l’information, outil de repositionnement du management intermédiaire. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 42, 15-27 (Fnege 2)

* En cours d’évaluation

1. Dan S.W., Lièvre P., **Brassier P**. (V3). Création d’une communauté en ligne dans un contexte d’open innovation ; *Revue francophone internationale* (Fnege 2)
2. **Brassier P**., Plessis C. (V1). Salesperson motivation & self-determination theory ; *Revue anglophone* (Fnege 2)

CHAPITRES D’OUVRAGES (évalués en double aveugle)

1. **Brassier P**. (2023). Compétence ASI & international business. L’approche compétences pour le management international. In Brassier-Rodrigues C. (Dir.). ‘*Agir en situation interculturelle’, une compétence valorisant le développement interculturel de l’étudiant dans des situations d’internationalisation à la maison*, Peter Lang, Bruxelles, 20 p.
2. Serindat S., **Brassier P**. (2023). L’approche par les compétences. Définition et cadre de mise en œuvre. In Brassier-Rodrigues C. (Dir.). ‘*Agir en situation interculturelle’, une compétence valorisant le développement interculturel de l’étudiant dans des situations d’internationalisation à la maison*, Peter Lang, Bruxelles, 16 p.
3. **Brassier P**., Goerne J., Ralet P., Heels G. (2021). Gamification in international business education and cross-cultural and sales competences: From theory to practice. In Brassier-Rodrigues C., **Brassier P**. (Eds.), *Pedagogical approaches to students' intercultural sensitivity by internationalization at home*, Peter Lang, Bruxelles, 59-82.
4. Brassier-Rodrigues C., **Brassier P**. (2010). Le réseau social du dirigeant de petite et moyenne entreprise : un outil stratégique au service de sa communication ? In Lecointre G. (Dir.), *Le grand livre de l’économie PME*, Gualino, Paris, 171-189.
5. **Brassier P**. (2008b). Les négociateurs commerciaux et les réseaux sociaux : de l’usage intuitif à l’outil de gestion. In Lièvre P., Lecoutre M. (Dir.), *Management et réseaux sociaux, ressource ou outil de gestion*, Hermès-Lavoisier, Paris, Ch.2, 43-53.
6. **Brassier P**. (2006). Le métier de commercial : définition. In **Brassier P**. (Dir.), *Qui sont les commerciaux ?* Editialis, Paris, 14-36.
7. **Brassier P**., Rodrigues C. (2003a). Management of time, selection of activities & sales performance. A new way to reposition the role of management & salespeople. In Veloutsou C. (Ed.), *Communicating with customers: Trends & Developments*, Athens Institute of Education & Research, Athènes,14 p.

OUVRAGES ET DIRECTION D’OUVRAGES COLLECTIFS SCIENTIFIQUES

1. Brassier-Rodrigues C., **Brassier P**. (Eds.) (2021). *Pedagogical approaches to students' intercultural sensitivity by internationalization at home*, Peter Lang, Bruxelles, 250 p.
2. Zeyl A., Dayan A., **Brassier P**. (2011). *Management de la force de vente*, Pearson Éducation, Paris, 512 p. (1er prix Ouvrage DCF 2012 ; labellisé FNEGE 2014).
3. **Brassier P**. (Dir.) (2006). *Qui sont les commerciaux ?* Editialis, Paris, 143 p.

MANUELS PÉDAGOGIQUES

1. **Brassier P**., Ventura J. (2020). *La vente B2B*, Vuibert Collection ‘Pro en’, Paris, 190 p.
2. **Brassier P**. (2009). *Boostez vos ventes grâce aux réseaux sociaux*, Eyrolles, Paris, 215 p.

THÈSE DE DOCTORAT

**Brassier P.** (2004). *Le repositionnement du rôle de l’encadrement commercial intermédiaire. Une approche par les représentations*. Université d’Auvergne, 523 p.

COMMUNICATIONS EN CONFÉRENCES & CONGRÈS

* Publiés en Actes de Congrès à comité de lecture

1. Brassier P., Escurignan J. (2024). Television series and the critical reception of managerial practices: the case of The Dropout-Theranos. *International Marketing Trends Conference,* Venise (Italie).
2. Cherif E., Bilgihan A., Okumus F., Brassier P. (2024). The effects of online reviews number on information overload and decision making. *International Marketing Trends Conference,* Venise (Italie).
3. Brassier P., Plessis C. (2024). Decoding salesperson motivation: integrating self-determination theory with empirical insights. *18th GSSI/AMA Conference*, Montpellier (France).
4. Brassier P., Escurignan J. (2023). Séries télévisées et réception critique des pratiques managériales : le cas de The Dropout, fiction du scandale Theranos. *1er Colloque Management en Séries*, Paris.
5. Brassier P., Martin X. (2023). From strategist to field manager: How can sales management adapt to the post-Covid “new normal”? *EMAC Conference*, Odense (Danemark)
6. Brassier P., Martin X. (2022). Is a post-covid sales management adaptation necessary? An exploratory study. *16th GSSI/AMA Conference*, Francfort (Allemagne).
7. Chaney D., Brassier P. (2022a). The future of our common heritage: An anthropomorphic perspective on individuals’ reaction to the Notre-Dame cathedral fire. *International Marketing Trends Conference*, Rome (Italie)*.*
8. Chaney D., Brassier P. (2022b). Notre-Dame is burning. Coping with the destruction of heritage. *EMAC Annual Conference*, Budapest (Hongrie).
9. Brassier P., Favre-Bonté V., Ralet P. (2022). Users’ engagement in a serious game. Empirical study in public marketing education. *EMAC Annual Conference*, Budapest.
10. Brassier P. (mai 2022b). De l’impact des serious games pour l’acquisition des compétences en management. *6e Colloque CIGE*.
11. Chaney D., Brassier P. (2022c). Notre-Dame is on fire! Understanding the public's online reaction to the destruction of a world heritage site. *21e Colloque Marketing Digital,* Paris.
12. Lièvre P., Dan S. & Brassier P. (juin 2022). Les communautés en ligne. Vers une structuration de la littérature. *15e Colloque AGECSO*, Nice.
13. Lièvre P., Dan S., Brassier P. (2021a). Online community creation in the metrology sector as a vector of profession transition. *3e Symposium KOC*, Toulon.
14. Lièvre P., Dan S., Brassier P. (2021b). Création d’une communauté en ligne dans le secteur de la métrologie comme vecteur d’une transition métier. *26e Conférence AIM*, Nice.
15. Lièvre P., Dan S., Brassier P. (2021c). Création d’une communauté en ligne dans le secteur de la métrologie comme vecteur d’une transition métier. *31e Congrès AGRH,* Tours.
16. Brassier P. (2021a). How to sell yourself in the age of social networks? The Yin and Yang of linkedin profiles of sales managers. *15th GSSI/AMA Sales SIG Conference*, Toronto (Canada).
17. Brassier P., Favre-Bonté V., Ralet P. (2021). ‘Je ne joue pas, Maman, j’apprends !’. Le pouvoir fictionnel du jeu sérieux dans l’enseignement du management. *5e Colloque CIGE*.
18. Brassier P. (2020b). Social selling, fake news or real innovation? *13th* *GSSI Conference*, Montpellier.
19. Brassier P., Ralet P. Goerne J. (2019a). La Gamification pour enseigner le commerce international. Quel apport réel pour les compétences acquises par les étudiants ? *30e Congrès AGRH-GRT ‘Innovations pédagogiques’*, Bordeaux.
20. Brassier P., Goerne J., Ralet P. Heels G. (2019b). Gamification in international business education and cross-cultural and sales competences: From theory to practice. *4th International Teaching Forum*, Clermont-Ferrand.
21. Brassier P. (2019). Les freins à l’export des PME. Une approche par la notion de réseau de compétences supplétives. *12e Colloque international AGECSO*, Clermont-Ferrand.
22. Brassier P., Ralet P. (2017). Doctor-patient interactions in cancer treatment: For an innovative marketing approach to client relationships in services with high client involvement. *GLOSERV Conference*, Octobre, Volterra (Italie).
23. Brassier P., Ralet P. (2016). L'offre de services religieux sur Internet : un constat paradoxal en contexte post-moderne ? *Journée de recherche Entreprise et Spiritualité*, Brest.
24. Brassier P., Jing T. (2014). Managing complexity in international business negotiation. An empirical research through a European-Chinese case. *8th GSSI Conference*, Londres (UK).
25. Jing T., Brassier P. (2014b). Simplicité ou complexité en négociation d’affaires internationale ? Le cas d’une joint-venture franco-chinoise en recherche médicale. *5e Biennale Internationale de la Négociation*, Paris.
26. Brassier P. (2013). Between Collaboration and Competition: Junior Salespeople’s Attitude in a Coercive Context. *7th GSSI Conference*, Aalen (Allemagne).
27. Brassier P., Leroux E., Piré-Lechalard P. (2012). Objectivity of shared evaluations of sales practices. An empirical research”, *6th GSSI Conference*, Turku (Finlande).
28. Pullins E., Brassier P. (2012). State of Global Sales Science. *6th GSSI Conference*, Turku.
29. Brasseur M., Brassier P. *et al.* (2010). L’évaluation des compétences : le cas de la conception et de la mise en œuvre d’un 360° feedback pour les managers. *21e Congrès AGRH*, Saint-Malo.
30. Brassier P. (2008c). Les commerciaux et les réseaux sociaux : vers de nouveaux outils de management des ventes. *Journées de recherche sur la Vente ISEOR-AOM-IAE*, Lyon.
31. Brassier P. (2008d). Business organizations & academic world: Overlapped objectives vs. contradictory approches? *2d GSSI Conference*, Athènes (Grèce).
32. Brassier P. (2008c). International Update on Sales Programs & Curricula since 2007 GSSI Conference. *2d GSSI Conference*, Athènes.
33. Brassier P. (2007). Les négociateurs commerciaux et les réseaux sociaux : de l’usage intuitif à l’outil de gestion. *2e Journée transdisciplinaire de recherche AGRH, « Management et réseaux sociaux »*, Clermont-Ferrand.
34. Brassier P., Lecoutre, M. (2007). Réseaux sociaux et négociateurs d’affaires : étude empirique d’un facteur discriminant pour la gestion du risque dans les négociations commerciales. *3e Biennale Internationale de la Négociation*, Paris.
35. Brassier P., Bories D. (2007). Le modèle perceptuel du rôle des managers commerciaux : approche multiforme d’un objet trop peu étudié. *Conférence « Méthodes de Recherche » AOM-ISEOR*, Lyon.
36. Brassier P., Rodrigues C. (2003b). Management of time, selection of activities and sales performance. A new way to reposition the role of management and salespeople. *First ATINER Conference*, Athènes (Grèce).
37. Brassier P., Rodrigues C. (2003c). Gestion du temps, choix des activités et performance commerciale. Vers un repositionnement du rôle des managers et des commerciaux. *Journée Management des RH Commerciales AFM-AGRH*, Montpellier.
38. Brassier P. (2001b). Les technologies de l’information, outil de repositionnement du management intermédiaire. *12e Congrès AGRH*, Liège (Belgique).
39. Brassier P. (2001c). Les technologies de l’information, outil de repositionnement du management intermédiaire. *19e Université d’été Institut International d’Audit Social*, Toulouse.
40. Brassier P. (2001d). Le rôle de l’encadrement commercial intermédiaire : un repositionnement vers des tâches à forte valeur ajoutée. *Journée AFM Management de la Force de Vente*, Montpellier.
41. Brassier P. (2000). Le repositionnement du rôle de l’encadrement commercial intermédiaire : une approche par les représentations. *11e Congrès AGRH*, Paris.

* Communications en Congrès sans comité de lecture

1. Brassier P., Noireaux V. (2021). Le serious game comme outil de gestion. Comment la technologie sert l’engagement des étudiants. *3e Atelier de Recherche Aunege*, Paris 1.
2. Brassier P. (2020c). Comment initier à la recherche des ‘non-chercheurs’ ? Cas d’une netnographie mise en œuvre en Master marketing-vente. *2e Atelier Aunege*, Strasbourg.
3. Brassier P., Ralet P. (2020). Gamification in sales education. Clermont-Aalen business game case study. *1er Atelier Aunege*, Paris-Nanterre.
4. Brassier P. (1999). L’encadrement commercial intermédiaire dans les entreprises à réseaux : contribution à l’amélioration de la performance à l’aide des représentations de rôles. *2e Rencontre de l’Économie de l’Immatériel MENRT*. Paris.