



Sébastien SOULEZ

Professeur des Universités en marketing

Université Lumière Lyon 2

UFR Temps et Territoires

5 avenue Pierre Mendès France ■ 69676 Bron cedex

sebastien.soulez@univ-lyon2.fr

DOMAINES D'EXPERTISE :

- Marketing RH ; Marque employeur ; Génération Y
- Marketing du sport ; Parrainage
- Coopératives
- Scientométrie
- Méthodologies (méta-analyse, analyse conjointe, études d'événements...)

Biographie :

Ancien élève de l'ENS Cachan, agrégé d'économie-gestion, docteur en sciences de gestion de l'Université Paris I et titulaire d'une Habilitation à Diriger les Recherches (HDR) de l'Université Jean Moulin Lyon 3, je suis Professeur des Universités à l'Université Lumière Lyon 2 et enseigne le marketing, la communication digitale, le management des organisations et la méthodologie de la recherche en Master Tourisme à l'UFR Temps et Territoires. Mes recherches portent aujourd'hui principalement sur le marketing RH et la marque employeur. Je m'intéresse également à la scientométrie, appliquée à la recherche en marketing, et à diverses méthodologies quantitatives, comme la méta-analyse.

FONCTIONS

- Depuis 2019 : Professeur des Universités – Université Lumière Lyon 2
- 2014-2019 : Maître de Conférences – Université Jean Moulin Lyon 3 (IUT Lyon 3)
- 2006-2014 : Maître de Conférences – Université de Haute-Alsace (IUT de Colmar)
- 2004-2006 : ATER – Université Paris V (IUT de Paris)
- 2001-2004 : Thèse en contrat CIFRE, Renault

TITRES ET DIPLOMES

- 2015 : Habilitation à Diriger les Recherches (Université Jean Moulin Lyon 3)
- 2005 : Doctorat en Sciences de Gestion (IAE de Paris)
- 2001 : DEA " Organisation Appliquée " (IAE de Paris)
- 2001 : Magistère d'économie et de gestion (ENS Cachan)
- 1999 : Agrégation d'Economie et de Gestion - Option C
- 1996 : Maîtrise de Sciences de Gestion (Université Paris XII Val de Marne)
- 1994 : DEUG de Sciences Economiques (Université de Paris X Nanterre)

RESPONSABILITES INSTITUTIONNELLES

Vice-Président Formations en Alternance (depuis septembre 2022)

Chargé de mission Alternance (avril 2021-août 2022)

Directeur du département tourisme (2020-2022)

Responsable de la mention tourisme

Responsable du Master 2 tourisme

Membre élu du CA de FormaSup AURA

Président de comité HCERES

DOMAINES D'ENSEIGNEMENT

Marketing

CENTRES D'INTERETS EN RECHERCHE

Marketing RH et marque employeur

LABORATOIRE DE RECHERCHE

COACTIS (EA 4161)

ASSOCIATIONS ACADEMIQUES :

- Membre de l'Association Astres depuis 2020
- Membre de l'AFM depuis 2003
- Membre du comité d'organisation et du comité scientifique du Congrès de l'AFM 2016
- Co-porteur du GIT-afm « Marketing RH » (avec Fabienne Berger-Rémy)
- Membre du bureau de l'AFM (2020-2024)

GESTION DE REVUE ET ACTIVITE DE REVISION

- Rédacteur en chef invité pour le numéro spécial de 2020 de la revue *Décisions Marketing*, sur le thème « Marketing et Ressources Humaines : défis communs face aux enjeux des organisations (marque employeur, expérience collaborateur et relation client) ».
- Evalueur ad hoc pour *Recherche et Applications en Marketing*, *Revue Française de Gestion*, *International Journal of Human Resource Management*, *Revue Interdisciplinaire Management*, *Homme & Entreprise* (RIHME), *Management International*...

DIRECTION DE THESES ET HDR

Direction de thèses de doctorat soutenues

- PFIFFELMANN Jean (2020), *Identification-based personalization effects in recruitment advertising*, thèse soutenue le 7 juillet 2020, Rapporteurs : Ouidade SABRI et Laurent BERTRANDIAS, Suffragants : Sonia CAPELLI, Nathalie DENS et Olivier TRENDEL. **Prix de thèse AFM 2021.**

Direction de thèses de doctorat en cours

- CHAOUACHI Emna, *L'effet des User-Generated Content (UGC) sur la marque employeur et la marque corporate des organisations touristiques*, thèse en contrat doctoral depuis le 1^{er} octobre 2022.

LANGUES ETRANGERES PARLEES

- Anglais

PRODUCTION ACADEMIQUE

Publications dans des revues à comité de lecture

- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S. et Soulez S. (2022), Green certification and organizational attractiveness: the moderating role of firm ownership, *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, vol. 29, n°1, pp. 189-199.
- Guillot-Soulez C., Soulez S. et Viot C. (2022), Label employeur et/ou marque région : quels signaux privilégier dans la communication de recrutement pour renforcer l'attractivité organisationnelle ?, *Management & Avenir*, n°127, pp. 37-59.
- Bezaz N., Himber T. et Soulez S. (2021), Digitalisation des relations inter-fonctionnelles marketing-ventes : quelles pratiques pour les entreprises ?, *Décisions Marketing*, n°104, pp. 49-68.
- Pfiffelmann J. et Soulez S. (2021), Persuasive effect of potential employees' names and photographs in a recruitment advertisement, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, vol. 38, n°3, pp. 303-317.
- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S., Soulez S. et Merkouche W. (2021), Le modèle coopératif, un atout à valoriser dans l'identité de marque employeur des coopératives financières ?, *Management International*, vol. 25, n°4, pp. 69-83.
- Soulez S. et Poujol F. (2020), Marketing et GRH : un avenir commun ?, *Décisions Marketing*, édito du numéro spécial « Marketing et Ressources Humaines », n°99, pp. 5-16.
- Pfiffelmann J., Dens N. et Soulez S. (2020), Personalized advertisements with integration of names and photographs: An eye-tracking experiment, *Journal of Business Research*, vol. 111, pp. 196-207.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2019), Etre un employeur bancaire coopératif, ça change quoi ? De l'influence du modèle coopératif sur la marque employeur, *Revue Française de Gestion*, vol. 45, n°182, pp. 57-75.
- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S. et Soulez S. (2019), Exploration des liens entre la communication de labels employeurs dans les annonces de recrutement, le mode de gouvernance et l'attractivité des organisations aux yeux des candidats, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 34, n°3, pp. 6-32.
- ➔ **Prix académique de la recherche en management 2020 du Syntec, dans la catégorie "Refonder la relation entreprise et société".**
- Soulez S. (2017), Le choix du sport à parrainer : une étude d'événements, *Revue Française du Marketing*, n°260 (2/4), pp. 73-85.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2015), Travailler pour une banque qui appartient à ses clients sociétaires : ça change quoi ? Analyse de l'identité de marque employeur des banques coopératives, *@GRH*, 2015/2, n°15, pp. 59-77.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2014), On the heterogeneity of Generation Y job preferences, *Employee Relations*, vol. 36, n°4, pp. 319-332.
- Laroche P. et Soulez S. (2012), La méthodologie de la méta-analyse en marketing, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 27, n°1, pp. 79-105.
- Soulez S. et Guillot-Soulez C. (2011), Marketing de recrutement et segmentation générationnelle : regard critique à partir d'un sous segment de la génération Y, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 26, n°1, pp. 39-57.

- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2011), L'analyse conjointe : présentation de la méthode et potentiel d'application pour la recherche en GRH, *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, vol. 80, Avril-Juin, pp. 33-44.
- Soulez S. (2009), Quelle stratégie adopter pour toucher les professionnels ?, *Décisions Marketing*, n°53, Janvier-Mars, pp. 61-68.
- Soulez S. et Guillot-Soulez C. (2006), Vingt ans de Recherche et Applications en Marketing, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 21, n°4, pp. 5-24.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2004), Le concept d'innovation dans les recherches françaises en gestion des ressources humaines et en marketing: Une analyse textuelle comparée, *La Revue des Sciences de Gestion*, n°208-209, pp. 13-27.

Livres

- Soulez S. (2022), Le marketing, collection les Zoom's, Paris, Gualino-Lextenso éditions, 10^{ème} édition.
- Soulez S. (2022), L'essentiel du marketing, collection Carrés Rouges, Paris, Gualino-Lextenso éditions, 10^{ème} édition.
- Soulez S., Halla S. et Himber T. (2022), Exercices de marketing, collection les Zoom's, Paris, Gualino-Lextenso éditions, 9^{ème} édition.
- Soulez S. (2017), Petit lexique de marketing, collection en poche, Paris, Gualino-Lextenso éditions, 2^{ème} édition.

Chapitres d'ouvrages

- Guillot-Soulez C., Soulez S. et Viot C. (2020), Image de marque employeur, image de la ville et attractivité organisationnelle, dans C. Guillot-Soulez et E. Pezet (Eds.), *Marque employeur et travail expérientiel : la GRH dans l'économie des marques*, Collection Vuibert AGRH, Vuibert, pp. 85-101.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2020), La valorisation du modèle coopératif dans une perspective RH : pratiques et perceptions, dans A. Deville, E. Lamarque et G. Michel (Eds.), *Valeurs coopératives et nouvelles pratiques de gestion*, éditions EMS, pp. 207-223.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2020), Travailler pour une coopérative : un autre sens au travail ?, dans S. Capelli, C. Guillot-Soulez et W. Sabadie (Eds.), *Management des coopératives : une différence créatrice de valeur(s)*, éditions EMS, pp. 151-170.
- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S. et Soulez S. (2020), Les incidences de la communication du statut coopératif et de labels employeurs sur l'attractivité des organisations, dans S. Capelli, C. Guillot-Soulez et W. Sabadie (Eds.), *Management des coopératives : une différence créatrice de valeur(s)*, éditions EMS, pp. 117-131.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2015), La communication de recrutement à l'épreuve des digital natives : un état de l'art, dans *Digital natives : culture, génération et consommation*, T. Stenger (Ed.), éditions EMS, pp. 309-334.
- Soulez S. (2014), Une histoire de la recherche française en marketing au travers de ses publications internationales, dans *Le professeur de management à 360°*, Kalika M., Michel G. et Orsoni J. (Eds.), Vuibert, pp. 58-64.
- Allouche J. et Soulez S. (2008), Determinants of share price variations of listed football clubs: Empirical evidence from English football leagues, dans *Myths and facts about football: The economics and psychology of the world's greatest sport*, P. Andersson, P. Ayton, and C. Schmidt (Eds.), Cambridge Scholars Press, pp. 371-392.

Articles publiés dans des actes de colloque

- Bezaz N., Himber T. et Soulez S. (2021), Marketing-sales alignment and business practices, Academy of Marketing Science Annual Conference - World Marketing Congress, 1-4 juin.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2019), Being a member-owned bank: a factor of differentiation for employer branding?, 19th EURAM Annual Conference, Lisbonne, 26-28 juin.
- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S. et Soulez S. (2019), The influence of signaling green human resource management on organizational attractiveness: the moderating role of corporate governance, 19th EURAM Annual Conference, Lisbonne, 26-28 juin.
- Soulez S. (2019), Le marketing des ressources humaines : communication de la marque employeur, expérience collaborateur, personnel en contact et relation client, XXXVème congrès international de l'Association Française du Marketing, session spéciale, Le Havre, 15-17 mai.
- Pfiffelmann J., Dens N. et Soulez S. (2019), Personalization effects in recruitment advertising: The mediating role of considerateness, 2019 American Academy of Advertising Annual Conference, Dallas, 28-31 mars.
- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S., Soulez S. et Merkouche W. (2018), L'identité coopérative comme élément distinctif de la marque employeur : une étude comparative France/Québec dans le secteur financier, XXIXème congrès international de l'Association francophone de Gestion des Ressources Humaines, Lyon, 29-31 octobre.
- Pfiffelmann J. et Soulez S. (2018), This job offer suits me! The influence of tailored job advertisement strategies on job-pursuit intention, 47ème congrès annuel de l'European Marketing Academy (EMAC), Glasgow, 26 mai-1er juin.
- Guillot-Soulez C., Soulez S. et Viot C. (2018), L'effet sur l'attractivité organisationnelle de l'association d'une marque région et d'un label employeur dans une publicité de recrutement, XXXIVème congrès international de l'Association Française du Marketing, Strasbourg, 16-18 mai.
- Pfiffelmann J. et Soulez S. (2018), L'influence des stratégies d'annonces d'emploi sur mesure sur l'intention de cliquer : une approche par le modèle de probabilité d'élaboration, XXXIVème congrès international de l'Association Française du Marketing, Strasbourg, 16-18 mai.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2017), Marque employeur des banques coopératives : comment valoriser le statut ?, XXVIIIème congrès international de l'Association francophone de Gestion des Ressources Humaines, Aix, 11-13 octobre.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2017), Attirer les ressources humaines au sein d'une coopérative financière : quelles spécificités au niveau de la marque employeur ?, Conférence annuelle de la chaire MGCF, Paris, 6 octobre.
- Soulez S. (2016), Qualité, impact interne et impact externe de la recherche : une étude empirique en marketing, Etats Généraux du Management, Toulouse, 26-27 mai.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2015), Travailler pour une banque qui appartient à ses clients sociétaires : ça change quoi ? Analyse de l'identité de marque employeur des banques coopératives, XXVIème congrès international de l'Association francophone de Gestion des Ressources Humaines, Montpellier, 4-6 novembre.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2015), Analyse comparée de la marque employeur des banques coopératives et non coopératives : étude exploratoire à partir des sites institutionnels de

recrutement, XXXIème congrès international de l'Association Française du Marketing, Marrakech, 20-22 mai.

- Soulez S. (2014), Quel sport vaut-il mieux parrainer ?, XXXème congrès international de l'Association Française du Marketing, Montpellier, 14-16 mai.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2013), Generation Y preferences for employer brand benefits, 13th EURAM Annual Conference, Istanbul, 26-29 juin.
- Soulez S. (2012), L'influence du parrainage sportif sur le cours de Bourse des parrains : une étude d'événements, 6th International Research Days on Marketing Communications, Nancy, 29-30 mars.
- Duong L. et Soulez S. (2011), Le prix au cœur du commerce éthique : qui accepte de payer plus pour un label social ?, 1ère journée de recherche des IUT sur la commercialisation, Saint-Denis, 3 mars.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2009), L'analyse conjointe : présentation de la méthode et potentiel d'application pour la recherche en GRH, XXème congrès international de l'Association francophone de Gestion des Ressources Humaines, Toulouse, 9-11 septembre.
- Soulez S. (2007), Le marketing Business-to-Professional existe-t-il ?, XXIIIème congrès international de l'Association Française du Marketing, Aix-les-Bains, 31 mai-1er juin.
- Allouche J. et Soulez S. (2006), Factors influencing stock-market quotations of English football clubs, The University of Mannheim Workshop on Economics and Psychology of Football, Mannheim, 2-3 juin.
- Soulez S. et Guillot-Soulez C. (2006), Vingt ans de recherches en marketing en France, XXIIème congrès international de l'Association Française du Marketing, Nantes, 10-12 mai.
- Soulez S. (2006), Les professionnels sont-ils des clients comme les autres ?, XXIIème congrès international de l'Association Française du Marketing, Nantes, 10-12 mai.
- Soulez S. (2006), L'influence de la relation sur l'ordre de la séquence d'achat des clients professionnels, 18ème Journées Nationales des IAE, Montpellier, 3-4 avril.
- Soulez S. et Guillot-Soulez C. (2006), Les tendances de la recherche en marketing. Un panorama de la production scientifique sur deux décennies, 5ème congrès sur les tendances du marketing, Venise (Italie), 20-21 janvier.
- Soulez S. (2004), Le comportement d'achat des clients professionnels : vers une conception intermédiaire entre le BtoB et le BtoC, 7ème congrès international de l'AIREPME, Montpellier, 27-29 octobre.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2004), La transversalité en Sciences de Gestion : Proposition de définition et application aux recherches sur le management des ressources humaines commerciales, 17ème Journées Nationales des IAE, Lyon, 13-14 septembre.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2003), Transversalité ou cloisonnement des recherches françaises en Marketing et en Gestion des Ressources Humaines ? Résultats d'une analyse lexicographique comparée sur le thème des Ressources Humaines commerciales, Journée AFM/AGRH sur le Management des Ressources Humaines Commerciales, Montpellier, 6 juin.

Exposés dans des congrès

- Soulez S. (2016), Publications internationales des chercheurs français : une étude empirique (1925-2015), XXXIIème congrès international de l'Association Française du Marketing, Lyon, 18-20 mai.

Publications dans des revues professionnelles

- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S. et Soulez S. (2019), Communication de recrutement : l'incidence des labels sur l'attractivité des employeurs, *Liaisons Sociales*, n°206, pp. 58-59.
- Guillot-Soulez C., Saint-Onge S. et Soulez S. (2019), Communication de recrutement : l'incidence des labels sur l'attractivité des employeurs, *Revue RH*, vol. 22, n°4.

Cahiers de recherche

- Soulez S. (2012), L'influence du parrainage sportif sur le cours de Bourse des parrains : une étude d'événements, Cahier de Recherche du CEREFIGE, n°2012-04.
- Soulez S. (2011), Les publications françaises en marketing depuis 20 ans : état des lieux et éléments de réflexion pour l'évaluation des enseignants-chercheurs, Cahier de Recherche du CEREFIGE, n°2011-15.
- Allouche J. et Soulez S. (2005), La cotation des clubs de football anglais. Une analyse différenciée des facteurs explicatifs de fluctuations de cours, Cahier de Recherche du GREGOR, n°2005-04.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2004), La transversalité des recherches en Sciences de Gestion : Proposition de définition et application aux recherches sur le management des ressources humaines commerciales, Cahier de Recherche du GREGOR, n°2004-04.
- Soulez S. et Guillot-Soulez C. (2003), Douze ans de recherches françaises en Marketing et en Gestion des Ressources Humaines : premiers résultats d'une analyse textuelle comparée, Cahier de Recherche du GREGOR, n°2003-05.