

## SEMINAIRE DE FORMATION DE FORMATEURS A LA METHODE DES CAS

### PRESENTATION DE L'INTERVENANT

**Madeleine BESSON**

#### Intervenant à la

#### **CCMP**

81, avenue de la République  
75543 PARIS Cedex 11  
Tél : 01 49 23 57 22  
Site : [www.ccmp.fr](http://www.ccmp.fr)

### ACTIVITES PROFESSIONNELLES

#### Enseignement

Depuis 2003 : Professeur de marketing à TELECOM Ecole de management

Responsabilités :

2007 - 2009 : Directrice du laboratoire de recherche sur le management et les TIC,  
CEMANTIC

2005 - 2006 : Directeur du département Management, Marketing et Stratégie

2003 - 2004 : Responsable du programme Summer School « European Management »

De 1996 à 2002 : Professeur de marketing à NEGOCIA et  
Responsable du programme Business-to-business

Cours enseignés : Etudes de marché  
Marketing Hi Tech  
Management commercial

#### Conseil

- Audits marketing, audits de stratégie commerciale.
- Elaboration de stratégies et de plans d'actions commerciales
- Animation de formations marketing et commerciale
- Secteurs industriels: ARCELOR ; ELF, EDF-GDF...

## Affiliations

- Membre de l'AFM ; membre fondateur de l'ADAES (Association pour le développement de l'Alternance dans l'Enseignement Supérieur)
- Réviseur pour : Recherche et Applications Marketing, Décisions Marketing, European Management Journal.

## Formation

- Habilitation à Diriger des Recherches, Université Paris II Panthéon Assas
- Doctorat es Sciences de gestion, Groupe HEC
- Diplôme HEC, Groupe HEC

## Publications

- **Ouvrages**

**Former les managers : quand l'alternance s'invite dans le débat**, ouvrage collectif aux Editions Vuibert, avril 2008.

**L'alternance dans l'enseignement supérieur : les enjeux pour la formation au management**, ouvrage collectif aux Editions l'Harmattan, avril 2005.

- **Articles**

**Sticking together under pressure: the risk-sharing approach and trust-building in sales management**, avec C. Mendoza et H. Löning, *European Management Journal*, February 2008, , Vol. 26, n° 1, 11-23.

**A cross national investigation of incentive compensation**, M. Segalla, D. Rouzies, M. Besson et B. Weitz, *International Journal of research in Marketing*, 23:3, 419-433, December 2006.

**L'alternance dans l'enseignement supérieur au management : enjeux et perspectives**, avec B. Collin et C. Hahn, *Revue Française de Gestion*, 15 :1, 69-80, juillet-août 2004.

**Dix cas en quête d'auteurs**, avec JF Delplancke et C. Hahn, in *L'alternance dans l'enseignement supérieur : les enjeux pour la formation au management* ouvrage collectif aux Editions l'Harmattan, pp. 143-162, avril 2005.

**Can Distribution Channels Explain Differences in Marketing and Sales Performance Systems ?**, avec H. Löning, *European Management Journal*, 20 :6, 597-609, décembre 2002.

- **Communications récentes dans le domaine de la pédagogie**

**Favoriser le lien entre pratiques d'entreprise et savoirs d'école : l'exemple de l'élaboration d'études de cas dans un cursus en alternance**, Actes du colloque « Questions de pédagogie dans l'enseignement supérieur », pp. 711-716, Brest, 18-20 juin 2008.

**L'alternance dans l'enseignement supérieur : quelles situations pédagogiques pour faciliter le développement des compétences ?**, avec J-F Delplancke et C. Hahn, Actes du colloque "Questions de pédagogie pour l'enseignement supérieur", Lille, 1<sup>o</sup> juin 2005.

**Un dispositif de problématisation dans l'enseignement supérieur en alternance**, avec J-F Delplancke et C. Hahn, Actes de la 1<sup>o</sup> conférence internationale sur l'Alternance dans l'enseignement supérieur, pp. 101-105, Paris, 5 novembre 2002.

**Integrating business experience, relation to knowledge and attitude to learning : the case of learning strategic analysis tools through case studies**, Actes de "The World Association for Case Studies Research (WACRA) Conference", pp. 283-294, Lund 18-20 June 2001.