

**Email :**

ahmed.benmecheddal@univ-lorraine.fr

Alma mater :

Université de Lille

Sujet(s) de recherche :

Mouvements sociaux / groupes militants
Interactions entreprises, consommateurs et sociétés
Activités politiques des consommateurs et des entreprises (décroissance, sobriété, populisme)

Ahmed Benmecheddal

Professeur des universités

Université de Lorraine / IAE Metz School of Management

MARKETING

Ahmed Benmecheddal est Professeur des Universités en Sciences de gestion et du management. Ses travaux portent en grande partie sur les changements culturels et politiques au sein des marchés. Au croisement de la sociologie et de l'anthropologie, ses recherches introduisent une perspective qui tient compte de la mobilisation des consommateurs, des pouvoirs publics et des entreprises dans la structuration des marchés. Plus spécifiquement, ces recherches interrogent les processus de (dé)croissance des organisations ainsi que leurs relations avec leurs environnements institutionnels. Il est membre du laboratoire CEREFIGE. Il est l'auteur de plusieurs chapitres d'ouvrage, de communications et d'articles publiés dans des revues francophones et internationales, telles que *Journal of Business Research*, *Journal of Macromarketing*, *Journal of Public Policy & Marketing*, *Recherche et Applications en Marketing*, *Marketing Theory*, etc. Enfin, il est membre de plusieurs associations scientifiques.

Fonctions

@IAE Metz School of Management – Professeur des Universités en Sciences de Gestion

Publications académiques

7 documents

Articles dans une revue 5 document

- Fatima Regany, Ahmed Benmecheddal, Meriam Belkhir, Souad Djelassi. Conflicting coexistence of legitimation and delegitimation logics in a revived market: The case of a traditional clothing market. *Journal of Business Research*, 2021, 123, pp.438 – 449. .
- Ahmed Benmecheddal. Bibliographies : Fashion and Sustainability: Design for change. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 2014, 29 (3), pp.121-122. .
- Ahmed Benmecheddal. Bibliographies : Fashion and Sustainability: Design for change. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 2014, 29 (3), pp.121-122. .
- Ahmed Benmecheddal. Bibliographie. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 2013, 28 (1), pp.131-132. .
- Ahmed Benmecheddal. Bibliographie. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 2013, 28 (1), pp.131-132. .

Thèses2 document

- Ahmed Benmecheddal. Comprendre les actions militantes anticonsuméristes : une approche par la théorie des conventions. Gestion et management. Université du Droit et de la Santé - Lille II, 2015. Français. .
- Ahmed Benmecheddal. Comprendre les actions militantes anticonsuméristes : une approche par la théorie des conventions. Gestion et management. Université du Droit et de la Santé - Lille II, 2015. Français. .



Documents récupérés de l'archive ouverte HAL