

**Email :**

douniazed.filali-boissy@icn-artem.com

Alma mater :

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne,
Université de Picardie Jules Verne

Sujet(s) de recherche :

Communication – Publicité – Design –
Persuasion
Persuasion – Management de la
marque.

Douniazed **FILALI BOISSY**

Professeuse permanent

ICN Business School / ICN Business School

MARKETING

Douniazed FILALI BOISSY a rejoint le Département Marketing d'ICN Business School en Octobre 2014. Docteur en Sciences de Gestion – Marketing de l'Université Paris 1 Panthéon – Sorbonne, son travail doctoral porte sur la persuasion publicitaire à travers les couleurs : Une application du modèle L.I.S.A. à une communication presse, sous la direction du Professeur Joël JALLAIS. Ses activités de recherche visent notamment à comprendre et étudier les mécanismes de la persuasion publicitaire. Elle est membre de l'Association Française du Marketing (AFM) et le laboratoire de recherche CEREFIGE. Douniazed FILALI BOISSY a travaillé durant 2 ans en tant que chargée d'études quantitatives au sein d'instituts d'études tels que OpinionWay et Médiamétrie. Elle est responsable de la Spécialisation Design de l'Offre et Innovation (DOI) du Programme Grande Ecole d'ICN depuis septembre 2017. Elle est également Directrice du MSc Management Numérique. Ses responsabilités l'amènent à travailler avec plusieurs spécialistes et entreprises afin de permettre aux étudiants de visualiser la réalité du monde professionnel. C'est également l'occasion de rédiger des études de cas réelles déposées à la CCMP. Sa curiosité d'enseignante pour le monde professionnel l'a conduite à interagir avec plusieurs entreprises autour de problématiques marketing très intéressantes. Sa participation à des conférences professionnelles et son implication dans le domaine professionnel lui ont permis de rédiger plusieurs articles professionnels dans un journal spécialisé dans l'opérationnalisation des études terrain, -un journal très apprécié par les professionnels des études de marché et leurs méthodologies -. Elle a apporté son analyse et son expertise dans des domaines tels que l'apport du Machine Learning dans l'expérience clients et l'appréhension du Big Data dans la connaissance client. Ces contributions dans la compréhension et l'application de certains mécanismes dans le domaine professionnel, ont fait l'objet de trois articles professionnels.

Fonctions

@ICN Business School – Professeure associée

@ICN Business School – Directrice du MSc Management Numérique

@ICN Business School – Professeur-assistant

@Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne – A.T.E.R. Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche

@Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne – Chargée de Travaux Dirigés

@Eurodata TV Worldwide – Chargée d'études et de clientèles, Médiamétrie

@OpinionWay – Chargée d'études quantitative

Publications académiques

0 documents

