

**Email :**

olivier.mesly@icn-artem.com

Alma mater :

Université de Sherbrooke, Guelph
University

Sujet(s) de recherche :

Cognition and heuristics
Methodology

Olivier MESLY

Professeur permanent

ICN Business School / ICN Business School

MARKETING

M. Olivier Mesly détient un DBA en marketing de l'Université de Sherbrooke (2010), lequel a été suivi d'un stage postdoctoral à HEC Montréal en 2011. Il a aussi obtenu un MBA en agro-alimentaire de l'Université Guelph et un B.A. en Études asiatiques (et un diplôme en relations publiques) de l'Université McGill (avec distinction) - Canada.

Il enseigne une grande variété de cours, surtout en marketing (marketing de base, recherche en marketing, marketing international, marketing management, etc.) et en gestion de projets (faisabilité de projets, gestion de projets internationaux, etc.), et ce, dans trois langues; français, anglais ou espagnol.

Ses recherches se concentrent sur l'analyse des marchés dysfonctionnels et les comportements conséquents des agents de marché, surtout ceux de prédation économique/financière/marketing/intellectuelle. Dans la foulée, il est partisan d'une meilleure protection des professeurs-chercheurs dans leurs droits intellectuels, entre autres, dans des pays comme le Canada (Québec) par exemple.

Il a travaillé de nombreuses années comme responsable des marchés internationaux avant de poursuivre des études doctorales, ce qui l'a amené à côtoyer diverses cultures dans divers pays du monde, dont en Europe, en Asie, en Afrique et dans les trois Amériques.

Fonctions

@ICN Business School – Professeur permanent

Publications académiques

Graphique

Liste complète

14 documents

Articles dans une revue11 documents

- Olivier Mesly. Preventing Consumers to Spin: Are Upgraded Macroprudential Measures Needed?. *International Journal of Banking, Accounting and Finance*, Inderscience, 2021, 1 (1), pp.1-18.
- Olivier Mesly. Buy Now and Pay (Dearly) Later: Unraveling Consumer Financial Spinning. *International Journal of Financial Studies*, MDPI, 2021, 9 (4), pp.article 55. .
- Olivier Mesly, Hareesh Mavoori, François-Éric Racicot. Too Big to Fail or Too Deceitful to be Caught?. *Journal of Economic Issues*, Newfound Press, 2021, 55 (3), pp.736-759. .
- Olivier Mesly, David Shanafelt, Nicolas Huck. Dysfunctional Markets: A Spray of Prey Perspective. *Journal of Economic Issues*, Newfound Press, 2021, 55 (3), pp.797-819. .
- Olivier Mesly, Christophe Réthoré. Key consensus factors as a tool for project-oriented marketing organizations. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements*

organisationnels, ESKA, 2021, Vol. XXVII (68), pp.73-99. .

- Olivier Mesly, David Shanafelt, Nicolas Huck, François-Éric Racicot. From wheel of fortune to wheel of misfortune: Financial crises, cycles, and consumer predation. *Journal of Consumer Affairs*, Wiley, 2020, 54 (4), pp.1195-1212. .
- Olivier Mesly. Spinning: Zooming in an Atypical Consumer Behavior. *Journal of Macromarketing*, SAGE Publications (UK and US), 2020, pp.027614672093190. .
- Nicolas Huck, Hareesh Mavoori, Olivier Mesly. The rationality of irrationality in times of financial crises. *Economic Modelling*, Elsevier, 2019, .
- Olivier Mesly, Olivier Braun. The Wealth-Building Diamond of Project Management: An Integrative Emerging Model. *The Journal of Wealth Management*, Portfolio management research, 2019, 22 (1), pp.97-107. .
- François-Éric Racicot, William Rentz, Alfred Kahl, Olivier Mesly. Examining the dynamics of illiquidity risks within the phases of the business cycle. *Borsa Istanbul Review*, 2018, .
- Olivier Mesly, Imed Chkir, François-Éric Racicot. Predatory cells and puzzling financial crises: Are toxic products good for the financial markets?. *Economic Modelling*, Elsevier, 2018, .

Communications dans un congrès2 documents

- Olivier Mesly, Nicolas Huck, François-Éric Racicot. Consumers' greed and inefficiency paradigm during the U.S. 2008-2009 subprime mortgages crisis: The view of economists. *10th International Research Meeting in Business and Management*, Jul 2019, Nice, France.
- Olivier Mesly, Nicolas Huck, François-Éric Racicot. The rationality of irrationality during the GFC in the U.S.. *Academy of Behavioral Finance & Economics*, 2019, New-York, United States.

Ouvrages (y compris édition critique et traduction)1 document

- Olivier Mesly. *Marketing Projects*. Taylor & Francis Ltd, 2020, Best Practices in Portfolio, Program, and Project Management, 9781138197879.

Documents récupérés de l'archive ouverte HAL

