Email :
jean-pierre.mouline@univ-lorraine.fr

Alma mater :
Université de Lorraine

Sujet(s) de recherche :
Expérience Client
Orientation client du vendeur
Communication digitale

Jean-Pierre **MOULINE**

Maître de conférences
Université de Lorraine / IUT Nancy-Charlemagne
MARKETING

Jean-Pierre MOULINE est Maître de conférences à l'IUT Nancy Charlemagne, responsable des licences professionnelles Marketing Opérationnel et Marketing des Achats et des Ventes à l'International. Ses enseignements relèvent de plusieurs disciplines des Sciences de Gestion qu'il a l'occasion d'assurer dans les trois cycles universitaires (DUT, Licence Générale, Licence Professionnelle et Master) au sein des différentes composantes de l'Université de Lorraine (IUT, IAE, ESM-IAE), au sein du Conservatoire des Arts et Métiers en Grand-Est et à l'étranger (Université UNIVERSIAPOLIS d'Agadir, Institut de Gestion des Entreprises IGE de Beyrouth au Liban), en formation initiale, en alternance et en formation continue. Il a été durant plusieurs années Expert auprès du HCERES, chargé de l'évaluation des Masters et des Licences du Champ DEG. Ses recherches portent actuellement sur la communication digitale, l'orientation client du vendeur ainsi que sur l'expérience client. Il est auteur ou co-auteur de plusieurs articles, chapitres d'ouvrages, livre blanc ou communications. Il a reçu différentes distinctions telles que le Grand prix de la recherche de la Société Industrielle de l'Est en 2000 et le Grand prix de la recherche de l'Association des Universités Lorraine en 1999.

Fonctions

@IUT Nancy-Charlemagne – Responsable Licence Professionnelle Marketing des Achats et de Ventes à l'International
@IUT Nancy-Charlemagne – Responsable Licence Professionnelle Marketing Opérationnel
@IUT Nancy-Charlemagne – Maître de conférences

Publications académiques

28 documents

Articles dans une revue3 document

- Hélène Yildiz, Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Mohamed Ouiakoub. L'engagement virtuel incarné : Conséquences sur les entreprises du segment de MMOG. *Revue Française de Gestion*, 2024, 50 (314), pp.37-59. .
- Hélène Yildiz, Alan Reiter, Demetris Vrontis, Jean-Pierre Mouline. Interacting in virtual reality: When the Proteus effect stimulates 3D MMORPG players to buy. *Technological Forecasting and Social Change*, 2024, 201, pp.123205. .
- Christian Dianoux, Martine Fournier, Jean-Pierre Mouline, Gildas Adjovi. L'efficacité comparée de trois médias électroniques opt-in dans le cadre d'une campagne promotionnelle : quelles implications pour le manager?.. *Revue management & avenir*, 2012, 58, pp.189 – 208. .

Communications dans un congrès21 document

- Christian Dianoux, Jean-Pierre Mouline, Jean Vittori. Le tempo de la musique d'ambiance dans un magasin a-t-il une influence sur le comportement d'achat des clients professionnels ?. *11ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, Université de Bourgogne; CREGO, Mar 2025, Dijon, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Influence du processus émotionnel dans l'apprentissage des utilisateurs apprenants en VR. *Congrès National de la Recherche des IUT (CNRIUT)*, Université de Pau et des Pays de l'Adour, Mar 2025, Bayonne, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. L'apprentissage en réalite virtuelle : L'implication émotionnelle au service du développement des compétences professionnelles. *Intelligence Artificielle et transformations organisationnelles*, 2ème Workshop, IAE Metz, Université de Lorraine, Sep 2024, METZ, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Developing augmented reality within e-commerce platforms : a strategic resource for creating value.. *Global Business Transformation in a Turbulent Era*, 17TH ANNUAL EUROMED ACADEMY OF BUSINESS (EMAB) CONFERENCE, BEST CONFERENCE PAPER, Sep 2024, PISE, Italy.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Effet de l'AWE expérience sur le comportement d'achat et de recommandation dans les plateformes de e-commerce en réalité augmentée. *Marketing & Valeur(s), Création et destruction de valeur(s) pour la société*, 40ème congrès de l'Association Française de Marketing, Jun 2024, Paris, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Comprendre l'intention de continuer à utiliser et de recommander dans les nouveaux univers en réalité virtuelle. *Marketing & Valeur(s), Création et destruction de valeur(s) pour la société*, 40ème congrès de l'Association Française de Marketing, Jun 2024, Paris, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Comportement d'achat et de recommandation des utilisateurs dans les plateformes de e-commerce en réalité augmentée : l'effet de l'AWE expérience. *Congrès National de la Recherche des IUT (CNRIUT)*, Mar 2024, Mulhouse (FR), France.
- Alan Reiter, Jean Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Quand l'émerveillement généré en réalité augmentée transforme le comportement des utilisateurs de plateformes de commerce en ligne. *Congrès National de la Recherche des IUT*, Université de Haute-Alsace (UHA) Mulhouse – Colmar [Université de Haute-Alsace (UHA)], Mar 2024, Mulhouse, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Comprendre l'intention de réservation en ligne et de recommandation dans les plateformes collaboratives de tourisme. *Colloque international – Tourisme Technologie & Transition*, Dec 2023, TETANGE, France.
- Hélène Yildiz, Alan Reiter, Demetris Vrontis, Jean-Pierre Mouline. When the proteus effect stimulates 3D MMORPG players to buy. *16th Annual Euromed Academy of Business (EMAB) Conference – Business Transformation in Uncertain Global Environments*, Sep 2023, Vilnuis, Lithuania.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline. Intention de continuer à utiliser et intention de recommandation dans les univers en VR : proposition d'un modèle étendu de la confirmation des attentes. *Intelligence artificielle au sein des organisations apprenantes (intelligentes ?), Workshop*, IUT de Longwy, Université de Lorraine, Jul 2023, Longwy, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. MMORPG en 3D : Quand la réalité virtuelle rejoint la vraie vie. *CNRIUT 2023*, Jun 2023, Saint Pierre (La Réunion), France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. Quand l'effet proteus stimule les joueurs de MMORPG en 3D à acheter. *Responsabilité(s) et pratique du marketing, 39ème congrès international de l'afm*, Association Française du Marketing, May 2023, Vannes, France.
- Alan Reiter, Jean-Pierre Mouline, Sarah Tahali, Hélène Yildiz. Research on MMORPG: A bibliometric analysis overview covering 2000-2021. *International Marketing Trends conference*, Jan 2023, Paris, France.
- Sarah Tahali, Nizar Ayed, Hélène Yildiz, Jean-Pierre Mouline. La durabilité des plateformes online dans le secteur du tourisme. *Colloque international Projectique 2020*, Apr 2020, Agadir, Maroc.
- Christian Dianoux, Jean-Pierre Mouline, Hélène Yildiz. L'assistant mobile pour une vente plus efficace. *International Conference on Project Logistics*, Jun 2019, Metz, France.
- Christian Dianoux, Jean-Pierre Mouline, Justine Colas. L'intérêt des outils d'Aide à la Vente pour un vendeur. *Congrès National de la Recherche des IUT*, Jun 2018, Aix-en-Provence, France.
- Christian Dianoux, Jean-Pierre Mouline, Justine Colas. La tablette/Smartphone un atout majeur de la relation client ?. *Colloque Scientifique International en Marketing, COSIM, 2ème édition*, Dec 2017, Agadir, Maroc.
- Jean-Pierre Mouline. Parcours et expériences clients : les nouveaux enjeux du marketing à l'ère de l'omnicanalité. *Colloque Scientifique International en Marketing, COSIM, 2 ème édition*, Dec 2017, Kénitra, Maroc.
- Jean-Pierre Mouline. Le comportement du consommateur dans un monde digitalisé. *Colloque Scientifique*

International en Marketing, COSIM, 1ère édition, Dec 2016, Kénitra, Maroc.
- Christian Dianoux, Martine Fournier, Jean-Pierre Mouline, Gildas Adjovi. L'efficacité de trois médias électroniques dans le cadre d'une campagne promotionnelle. *Actes des 10ème journée de recherche sur le e–marketing*, Université Paris 1 Panthéon – Sorbonne, 2011, PARIS, France.

Chapitres d'ouvrage1 document

- Jean-Pierre Mouline. Du marketing transactionnel au marketing communautaire. Pierre Bardelli. *Master de l'industrie automobile: Les perspectives de l'industrie automobile européenne face au marché mondial*, MA Editions 2015, Master 978-2-8224-0409-9.

Autres publications2 document

- Martine Fournier, Jean-Pierre Mouline. Digitalisation de la fonction commerciale. 2016.
- Guy Keckhut, Pierre Guépet, Maria-Beatriz Salgado, Martine Fournier, Jean-Pierre Mouline. Digitalisation de la fonction commerciale : quand commercial rime avec digital !. 2016.

Thèses1 document

- Jean-Pierre Mouline. Contribution à la compréhension du processus diachronique de la succession managériale dans l'entreprise familiale : une approche par les récits de vie. Gestion et management. Université Nancy 2, 1999. Français. .

Documents récupérés de l'archive ouverte HAL