

**Email :**

bjorn.walliser@univ-lorraine.fr

Alma mater :

Université Louis Pasteur, Strasbourg (France), Université de Grenoble, ESCP Business School

Sujet(s) de recherche :

Stratégie et efficacité du parrainage
L'internationalisation des entreprises

Bjorn WALLISER

Professeur des universités

Université de Lorraine / IAE Nancy School of Management

MARKETING

Le Pr Björn Walliser est professeur de Marketing à l'Université de Lorraine au sein de l'IAE Nancy School of Management. Il a précédemment occupé des postes au sein des universités de Strasbourg et de Grenoble et du cabinet Andersen Consulting (Munich, Allemagne) et de la Stuttgarter Messe- und Kongreßgesellschaft (Stuttgart, Allemagne).

Les principales thématiques de recherche du Pr Walliser concernent le champ du marketing international, de la communication marketing et du marketing du sport. Il est également auteur et co-auteur de livres concernant le sponsoring et le marketing international. Il a en outre publié à ce sujet dans plusieurs revues internationales de pointe. Il est par ailleurs régulièrement invité au sein d'organisations et d'institutions en France et à l'étranger pour y enseigner et y effectuer des missions de conseil.

Fonctions

@IAE Nancy, Ecole de Management – Professeur des universités

@IAE Nancy, Ecole de Management – Responsable du Master Marketing et Vente

Publications académiques

33 documents

Articles dans une revue 17 documents

- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Bjorn Walliser. Émergence des innovations collaboratives au sein des PME exportatrices françaises et ukrainiennes. *Management international = International management = Gestión internacional*, 2020, 24 (5), pp.49-60. .
- Bjorn Walliser, Claas Christian Germelmann. Rationality and Emotionality of Sponsorship Negotiations. Managerial Approaches to Sponsorship Decision-Making. *Marketing Review St. Gallen*, 2019, 36 (6), pp.44-51.
- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Une étude exploratoire des facteurs déterminants de l'innovation produit des PME exportatrices françaises : le rôle-clé de la capacité d'absorption et des profils institutionnels. *Innovations - Revue d'économie et de management de l'innovation*, 2019, 2 (59), pp.179-203. .
- Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. International marketing related competences and SMEs' export performance during the recession. *Projectics / Proyéctica / Projectique*, 2018, 21, pp.61-82. .
- Jean-Luc Herrmann, Bjorn Walliser, Mathieu Kacha. Consumer consideration of sponsor brands they do not remember. *International Journal of Advertising*, 2015, 30 (2), pp.259-281. .
- Jean-Luc Herrmann, Olivier Corneille, Christian Derbaix, Mathieu Kacha, Björn Walliser. Implicit sponsorship effects for a prominent brand.. *European Journal of Marketing*, 2014, pp.785 - 804. .

- Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Foreign market-related knowledge absorption and the international financial performance of SMEs. *Management international*, 2013, 17 (4), pp.178 - 193. .
- Maxime Koromyslov, Björn Walliser, Elyette Roux. Marques françaises de luxe : Effets de la délocalisation de la fabrication et du design sur les évaluations des clients.. *Management international*, 2013, 17 (3), pp.36 - 48. .
- Gerlinde Berger-Walliser, Björn Walliser, Franck Valencia. Les stratégies juridiques et marketing pour lutter contre le pseudo-parrainage. *Gérer et Comprendre. Annales des Mines*, 2012, 4 (110), pp.15-23. .
- Gerlinde Berger-Walliser, Melanie Stallings Williams, Björn Walliser, Mark Bender. Bavarian blondes don't need a Visa: a comparative law analysis of ambush marketing. *Tulane Journal of International and Comparative Law*, 2012, 1, pp.1.
- Jean-Luc Herrmann, Björn Walliser, Mathieu Kacha. Le contrôle des effets du parrainage sur l'audience : L'intérêt des mesures implicites de restitution mémorielle. *Décisions Marketing*, 2011, 62, pp.7-18.
- R. Mogos-Descotes, B. Walliser. The process of export information exploitation in French and Romanian SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2011, 18 (2), pp.311-330.
- R. Mogos-Descotes, B. Walliser. The impact of entry modes upon export knowledge resources and the international performance of SMEs. *Management international*, 2010, 15 (1), pp.73-86.
- Björn Walliser. L'évolution et l'état de l'art de la recherche internationale sur le parrainage. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 2003, 18 (1), pp.65-94. .
- Björn Walliser, Fabienne Moreau. Comparaison du style français et allemand de la publicité télévisée. *Décisions Marketing*, 2000, 19, pp.75-84. .
- Björn Walliser, Sabine Urbain. Allemagne-Chine : une gestion stratégique. *Décisions Marketing*, 1997, 10, pp.37-47. .
- B. Walliser. Le rôle de l'intensité des émotions éprouvées par le téléspectateur dans la mémorisation du parrainage. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 1996, 11 (1), pp.5-21.

Communications dans un congrès 11 documents

- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Product innovation determinants in French and Ukrainian SMEs. *2ème Workshop/Journée de Recherche en Export Management*, Jul 2019, Montpellier, France.
- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Product Innovation Determinants and Export Performance in French and Ukrainian SMEs. *Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference*, May 2019, Vancouver, Canada.
- Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser, Irena Vida, Hartmut Holzmüller, Dora Trikki. How Important are Home Country Environments? Their Impact on Resources' Allocation and Export Performance. *AMA (American Marketing Association) Global Marketing SIG Conference*, May 2019, Buenos Aires, Argentina.
- Alina Simion, Björn Walliser. The effect of interactivity and sponsor interactivity valence in a sponsorship online environment. *35th international conference of the French Marketing Association (AFM)*, May 2019, Le Havre, France.
- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Le rôle des collaborations et de l'environnement institutionnel dans l'émergence de l'innovation produit dans les PME exportatrices françaises et ukrainiennes. *La 8ème Conférence Atlas AFMI*, May 2018, Paris, France.
- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Collaborations et innovation produit dans les PME exportatrices françaises et ukrainiennes ?. *34ème Congrès International de l'AFM (Association Française du Marketing)*, May 2018, Strasbourg, France.
- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Product innovation determinants : an explorative study of Ukrainian exporting SMEs. *4th AIB (Association of International Business)*, Sep 2017, Ljubljana, Slovenia.
- Oksana Kantaruk Pierre, Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. Innovation et performance exportatrice des PME françaises : le rôle-clé de l'absorption de connaissances. *Ecole d'été RRI 2017*, Aug 2017, Nancy, France.
- Raluca Mogos Descotes, Björn Walliser. International marketing related competences and SMEs' export performance during the recession. *AMA (American Marketing Association) Global Marketing SIG*, Apr 2017, La Havanne, Cuba.
- Alina Simion, Björn Walliser. Les attributs discriminants du parrainage en ligne. Le cas du parrainage des évènements virtuels. *13ème Journée de recherche en e-marketing*, Sep 2014, Paris, France.
- Julien Jouny, E. Rivier, Björn Walliser. L'impact du parrainage sportif sur le public interne des PME parrains. *Congrès AFM de Montpellier*, AFM, Association française du Marketing, May 2014, Montpellier, France.

Chapitres d'ouvrage4 documents

- Björn Walliser. Congruence effects in sports marketing: Determinants, measures, and outcomes of fit or misfit. Simon Chadwick; Nicolas Chanavat; Michel Desbordes. *Routledge handbook of sports marketing*, Routledge Taylor & Francis Group, pp.15-27, 2016, Routledge international handbooks, 978-1-138-82351-8.
- Jean-Luc Herrmann, Mathieu Kacha, Björn Walliser. Le souvenir des sponsors : condition sine qua non d'efficacité du sponsoring ? : Enseignements théoriques, méthodologiques et managériaux de deux études. Ingrid Poncin; Jean-Luc Herrmann. *Les réactions affectives du consommateur : ces raisons du coeur que la raison ignore*, Presses universitaires de Louvain, pp.145-157, 2015, 978-2-87558-347-5.
- Julien Jouny-Rivier, Björn Walliser. La fédération internationale de Volleyball (FIVB) et sa campagne « FIVB Heroes ». *Le Marketing des Fédérations Sportives*, Economica, 2014, 978-2-7178-6667-4.
- Björn Walliser, Jacquelyn Novak. Le marketing des fédérations sportives internationales : objectifs, moyens et structures. Christopher Hautbois. *Le marketing des fédérations sportives*, Economica, pp.29-46, 2014, Connaissance de la gestion, 978-2-7178-6667-4.

Autres publications1 document

- Björn Walliser. Researching the diffuse nature of sponsorship-linked marketing. 2016.



Documents récupérés de l'archive ouverte HAL