



**Jérôme BECHE**

✉ j.beche@istec.fr

☎ 01 40 40 20 30

**istec**  
BUSINESS SCHOOL . PARIS

## Professeur de marketing

---

### FORMATION

**2006**

**Doctorat en Sciences de Gestion**

Université de Bourgogne – CERMAB - LATEC

Thèse obtenue en 2006 avec félicitations du Jury à l'unanimité :  
« *Facteurs de réussite des stratégies partenariales dans les canaux de distribution inter-entreprises : conceptualisation et mise en œuvre de l'analyse du profil des distributeurs* »

Directeur de Thèse : Marc FILSER (Université de Bourgogne). Membres du Jury : Bernard PRAS (Université Paris-Dauphine ; Président du Jury), Bernard COVA (Kedge Business School), Véronique DES GARETS (IAE de Tours), Gilles PACHE (Université Montpellier I)

**1995**

**Master Marketing et Stratégie (D.E.A. 102)**

Université Paris-Dauphine – Centre DMSP (Dauphine Marketing Stratégie Prospective)

**1993**

**Maîtrise de Sciences de Gestion – Spécialisation Marketing**

Université de Bourgogne

---

### PARCOURS PROFESSIONNEL ACADÉMIQUE

**Depuis octobre 2020**

**Enseignant-chercheur puis Professeur de marketing**

Istec Business School Paris

**2018-2020**

**Responsable de projets pédagogiques**

Istec Business School Paris

- Co-pilotage des dispositifs et processus opérationnels de la 5<sup>ème</sup> année du Programme Grande Ecole
- Suivi des partenariats pédagogiques au sein du secteur Luxe
- Responsable de la spécialisation Marketing des services
- Cours et enseignements en marketing et marketing stratégique

**2015-2018**

**Responsable des majeures de 5<sup>ème</sup> année du Programme Grande Ecole**

**Responsable des mémoires de recherche (5<sup>ème</sup> année)**

Istec Business School Paris

- Coordination générale de l'ensemble des spécialisations Master 2 (marketing international du luxe, marketing digital, marketing BtoB, marketing événementiel, ...) : management de l'équipe des responsables de spécialisation, pilotage des processus budgétaires, organisation des dispositifs transverses inter-spécialisations, etc.
- Direction des mémoires de recherche avec intensification de la combinaison théorie/pratique
- Cours, conseil et accompagnement d'entreprises dans le cadre de projets pédagogiques

**2006-2015**

**Responsable de projets pédagogiques et professeur de marketing**

Istec Business School Paris

- Création et direction du Master Marketing opérationnel et communication d'entreprise
- Développement du processus pédagogique Marketing-Communication-Commercialisation
- Participation aux démarches d'accréditation/certification (démarche qualité)
- Lancement du dispositif « Défi personnel » pour les étudiants de 4<sup>ème</sup> année
- Cours et enseignements en marketing et marketing stratégique (*Année 1 à Année 5*)

**2002-2015**

**Interventions dans le cadre de formations initiales et formations continues**

HEC (*Executive*), ESSEC (*Executive*), Sciences Po Paris (Master2), Université de Bourgogne (Master2), EDHEC (*Executive*), Université Paris-Dauphine (jury Master2)

**PARCOURS PROFESSIONNEL HORS ACADÉMIQUE**

**1995-2006**

**Consultant Marketing / Marketing Stratégique**

Groupe DEVER + Groupe VALOR Consultants

**2001-2016**

**Co-fondateur et co-président du Club Distribution-Retail**

ADETEM (Association nationale des professionnels du marketing)

**2009-2011**

**Co-fondateur et co-responsable du Club Dauphine Marketing & Stratégies**

DAUPHINE ALUMNI (Association des diplômés de Paris-Dauphine)

**2011-2012**

**Secrétaire du Club DAUPHINE ELYSEE (Club d'affaires / diplômés de Paris-Dauphine)**

DAUPHINE ALUMNI

# ACTIVITÉ DE RECHERCHE

## Relations inter-organisationnelles dans les canaux de distribution :

- Pratiques partenariales / management des systèmes de commercialisation non intégrés
  - Distribution d'offres à valeur ajoutée
- 

## PRODUCTIONS DE RECHERCHE

- 2008, Bêche J., « La segmentation des portefeuilles distributeurs en B to B : perspectives théoriques et opérationnelles », *Revue Française de Gestion*, n°182, mars 2008
- 2007, Bêche J. « Les facteurs de changement dans la relation fournisseurs-distributeurs en B to B et les conséquences en termes de modèles d'organisation de la distribution inter-entreprises », Cahiers de Recherche ISTEC
- 2002, Bêche J., Schier G., « Les PDG face aux décisions stratégiques », *Expansion Management Review*, n° 107
- 2002, Bêche J., « Relations production-distribution : proposition d'un cadre d'analyse stratégique à partir du cas des canaux indirects », Journées de Recherche Marketing en Bourgogne, Dijon, France