



Nom : **URIEN**
Prénom : **Bertrand**
Date et lieu de naissance : 23/08/65, Mont de Marsan
Situation de famille : Marié, trois enfants
Téléphone : prof. : 02 98 01 80 01
E-mail : bertrand.urien@univ-brest.fr

Professeur des Universités en Sciences de Gestion

Vice - Président de l'Université de Bretagne Occidentale

(En charge de la recherche en Sciences Humaines et Sociales et de l'internationalisation de la recherche)

Directeur du laboratoire de recherche en Gestion-Economie ICI (EA 2652)

PUBLICATIONS : REVUES A COMITE DE LECTURE

2010 *On the Role of Generativity and Self-Enhancement Values in Eco-Friendly Behavioral Intentions and Environmentally Responsible Consumption Behaviour*, **Psychology and Marketing**, (en collaboration avec W.E Kilbourne), à paraître

2009 *The Institutional Foundations of Materialism in Western Societies: A Conceptualization and Empirical Test*, **Journal of Macromarketing**, (en collaboration avec W.E Kilbourne – first Author - M.J.Dorsh, P.McDonagh, A.Prothero, M.Grünagen, M.J Polonsky, D.Marshall, J.Fowley, A.Bradshaw), vol 9, n°3, sept.

2008 *On the Role of Materialism in the Relationship between Death Anxiety and Quality of Life*, in **Advances in Consumer Research**, Vol. XXXV, eds. Angela Y. Lee and Dilip Soman, Association for Consumer Research: Memphis TN, (en collaboration avec William Kilbourne) .

2007 *Selfless Time: from life space to death anticipation*, **Time & Society**, Vol 16 n° (2-3)

2007 *Attitude face à la mort et comportement d'ajustement des consommateurs âgés : Vers*

*L'élaboration d'une réponse marketing, **Décisions Marketing**, n°46, avril-juin (en collaboration avec D. Guiot)*

2006 *Valeurs de consommation et origine territoriale des produits, **Décisions Marketing**, n° double 43-44, décembre (en collaboration avec P. Gabriel)*

2006 *.Le risque alimentaire comme risque vital de consommation : émergence, adaptation et gestion, **Revue française de Gestion**, Vol 32, n°162 (en collaboration avec M. Bergadaà) .*

2005 *Temps et gestion : pour un autre regard sur l'impact des technologies de l'information et du développement durable dans le management des organisations. **Revue Sciences de Gestion**, n°49, introduction du numéro spécial, (en collaboration avec Ida Sabelis)*

2005 *Du temps GMT au temps BMT : une interprétation de l'échec de l'internet Time au regard de l'épistémologie réaliste critique, **Revue Sciences de Gestion**, n°49, (en collaboration avec Philippe Naccache)*

2003. *L'anxiété face à la mort et son influence sur le comportement du consommateur, **Recherche et Applications en Marketing**, vol 18, n°4, décembre*

2002. *Validation d'une échelle de mesure d'une nouvelle dimension temporelle en comportement du consommateur : l'anxiété face à l'avenir, **Revue française de Marketing**, n° 189/190,*

2001. *Le consommateur vit dans un monde en couleur, **Recherche et Applications en Marketing** , vol 16, n°1, (en collaboration avec R. Divard), .*

2001. *Temps et comportement exploratoire du consommateur, **Revue française de Gestion**, n°135, sept-octobre*

PUBLICATIONS : CHAPITRES D'OUVRAGES

2006, *La couleur dans le design, in **Design et Marketing, fondements et Méthodes**, eds J-P Mathieu, en collaboration avec B.Roulet, O.Droulers, R.Divard, Ed. L'Harmattan*

2001. *Time, Uncertainty and Exploratory Consumer Behaviour, in **Time and Management**, Eds Pr Dr G. Morello, Isida, Palerme, Fabio Orlando Editore*

LISTE DES COMMUNICATIONS AVEC ACTES

- **2009** "The impact of visual tobacco warnings in social marketing : a picture is worth a thousand words", **EMAC 2009 Conference, Audencia Nantes School of Management (Nantes, France)**, 26-29 May , en collaboration avec K. Gallopel-Morvan (first author), P. Gabriel, M. Le Gall-Ely, S. Rieunier

- **2009** “The Use of Virtual Warnings in Social Marketing: The Case of Tobacco” **International conference of Lalonde les Maures, Marketing communication and consumer behaviour, 2-5 juin** , en collaboration avec Karine Gallopel-Morvan (first author), P.Gabriel, M. Le Gall-Ely, S.Rieunier
- **2008** “Generativity and its relationship to Eco-friendly Behavioral intentions and environmentally Responsible Consumption Behavior, **Proceedings of the 33 annual conference of the Macromarketing Society, Clemson, Caroline du sud, USA**, en collaboration avec William Kilbourne
- **2008**, « La personne âgée : son attitude face à l’idée de mort, le cadre temporel de son action et son sens de l’objet », in «**Rupture, finitude, mort et Management** » **Seconde conférence internationale sur le temps de Brest, 25-26 juin**, en collaboration avec Michèle Bergadaà
- **2008** “Le deuil et son influence sur les comportements de consommation : proposition d’un cadre d’analyse, **Actes du 24 ème congrès international de l’Association française de Marketing**, 15 et 16 mai, Paris, en collaboration avec Cécile Arnould
- **2007** “The Dominant Social Paradigm and its Relationship to Quality of Life Perceptions: A Cross-Cultural Comparison”, **Proceedings of the 32 scd Joint Conference of the Macromarketing Society and the International Society for Marketing and Development** , June 2-5 , Washington, Etats-Unis , en collaboration avec William Kilbourne
- **2007** « Generativity and its Relationship to Eco-Friendly Consumption Behavior”, **American Marketing Association (AMA) Winter Marketing Educator’s Conference** , 13-16 février, San Diego, Californie, USA, en collaboration avec William Kilbourne
- **2006**, Death time, Gift Giving and older Consumers’ Disposition of Special Possession, **5th international seminar on Time and Management**, Palermo, Italie, 21-23 jun, en collaboration avec M. Bergadaà
- **2006**, « Ce que recherchent les consommateurs à travers l’origine territoriale perçue : les valeurs du made in », **Actes du 22 ème congrès international de l’Association française de Marketing**, 11 et 12 mai , Nantes, en collaboration avec Patrick Gabriel
- **2005**, « Du temps GMT au temps BMT : Une interprétation de l’échec de l’*Internet Time* au regard de l’épistémologie réaliste critique », in « **Les valeurs du temps dans le développement des organisations**, Première conférence internationale, Brest, 1^{er} décembre, en collaboration avec Philippe Naccache
- **2005**, “Death Time and Environmental consumer behaviour”, **Colloquium in COM department**, Université Libre d’Amsterdam, 30 septembre
- **2005**, Death Saliency and Environmental Consumer Behavior, **Proceedings of the 30 th Macromarketing Seminar**, 28-31 mai, St Petersburg, Floride, Etats-Unis ,

- **2005** Une situation de saillance de mort encourage t-elle les consommateurs à adopter un comportement écologique ? une analyse au regard de la théorie du management de la terreur, **Actes du 21 ème congrès international de l'Association française de Marketing**, 19 et 20 mai , Nancy,
- **2005** « Comment gérer le rapport intime à la mort chez les seniors ? **Actes du colloque « temps et comportement du consommateur »**, 31 mars, Université de Lille 1,
- **2002** « L'influence de l'anxiété face à la mort sur le comportement du consommateur, proposition d'un cadre d'analyse », **XVIèmes journées des IAE**, Paris, 10-11 septembre, 13 p
- **2002** « L'anxiété face à la mort : approfondissement conceptuel et étude de son influence sur la recherche de variété alimentaire », **Actes du 18^{ème} congrès international de l'association française de marketing**, **22-23 mai, Lille, 35 p**
- **2001** « L'influence de l'anxiété face à la mort sur le comportement exploratoire du consommateur », **Actes du 17^{ème} congrès international de l'association française de marketing**, **22-23 mai, Deauville**,
- **2000** « Validation d'une échelle de mesure d'une nouvelle dimension temporelle en comportement du consommateur : l'anxiété face à l'avenir », **Première Conférence sur les tendances marketing en Europe**, **24-25 novembre , ESCP-EAP - Universita'Ca'Foscari, Venise, Italie**
- **2000** « Test d'une échelle de mesure de la perception du temps, en collaboration avec S. Djilassi, 6-8 septembre , Bayonne-Biarritz, **XV èmes Journées des IAE**.
- **2000** « La prise en compte de la dimension culturelle de la couleur en Marketing international », en collaboration avec R. Divard, **19-20 mai, Montréal, Canada, 16^{ème} congrès international de l'Association française de Marketing**,
- **1998** « Le comportement exploratoire du consommateur : Synthèse, enrichissements et réinterprétation », **Troisième journée Jeune chercheur : Perspectives en Marketing et en comportement du consommateur** , Université de Savoie, Chambéry, le 12 juin
- **1998** « Temps et Comportements du consommateur », **Deuxième journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, le 4 juin**

TITRES

a) Formation

- | | |
|------------|--|
| 04/ 2003 | Agrégation de Sciences de Gestion. Concours externe. |
| 02/ 1998 : | Doctorat ès Sciences de Gestion - Option marketing -, IAE-IGR, Université de Rennes 1, Mention très honorable avec félicitations du jury, Directeur de thèse : Pr Joël Jallais |
| 11/ 1994: | D.E.A de Sciences de Gestion, IAE-IGR, université de Rennes 1, Mention bien, |
| 06/1992: | D.E.S.S. " CAAE " (Certificat d'aptitude à l'administration des entreprises), mention Assez Bien, I.A.E de Caen, Université de Caen. |
| 06/ 1983 : | Bac D, mention Assez bien |

b) Carrière universitaire

Depuis Sept 2003	Université de Bretagne Occidentale, IAE de Bretagne Occidentale <i>Professeur Agrégé des Universités en Sciences de Gestion</i>
2001 / 2002	Université de Bretagne Occidentale, I.A.E de Bretagne Occidentale, <i>Maître de conférences en Sciences de Gestion</i>
1998 / 2001	Université de Bretagne Occidentale, UFR de Droit, d'Economie et de Gestion <i>Maître de conférences en Sciences de Gestion</i> (nomination 09/98, titularisation 09/99)
1996 / 1998	Université de Bretagne Occidentale, I.U.T de Quimper et de Brest <i>ATER (Attaché Temporaire d'Enseignement et de Recherche)</i>

ANIMATION ET RESPONSABILITES SCIENTIFIQUES

Vice - Président de l'Université de Bretagne Occidentale (depuis juin 2007)

(En charge de la recherche en Sciences Humaines et Sociales et de l'internationalisation de la recherche)

Directeur du laboratoire de recherche en Economie - Gestion (ICI) EA 2652

(35 chercheurs), (depuis juin 2004)

Directeur du Master Recherche de Sciences de gestion (depuis sept 2004)

Directeur du Master Management International de la PME (1998-2004)

Membre du comité d'organisation de la Maison des Sciences de l'Homme de Bretagne.

Représentant de l'axe TIC pour l'UBO (MSH) (depuis sept 2004)

Membre du conseil d'administration de l'IAE de Brest (depuis sept. 2001)

Membre du conseil scientifique du Groupement d'intérêt Scientifique MARSOUIN (depuis sept 2004)

Membre élu du conseil scientifique de l'Université de Bretagne Occidentale (depuis mai 2006)

Représentant de l'UBO au sein du consortium « Synergie », Fond de soutien prioritaire créé par le Ministère des affaires étrangères, regroupant une dizaine d'Universités et de grandes écoles françaises et chargé de renforcer la francophonie en Asie du sud-Est. Missions d'expertise au Laos et Cambodge pour le compte du Ministère des Affaires Etrangères depuis 2003 -

ACTIVITES PEDAGOGIQUES

Depuis 2004 : Université de Bretagne Occidentale

- Cours d' « Epistémologie et de production de connaissances en Sciences de Gestion » en Master Recherche
- Cours d'analyse de données quantitatives en Master Recherche et en Master marketing des services
- Cours de « Perspectives de recherche en comportement du consommateur » en Master Recherche

- Cours de Gestion de la Relation Client en Master Management des systèmes d'information et Master Marketing

Université du Var, IAE de Toulon

- Cours d' « Epistémologie et de production de connaissances en Sciences de Gestion » en Master Recherche

Depuis 2004 : Université Royale de Phnom Penh (Cambodge) et Ecole nationale d'Administration de Vientiane (Laos)

- Principles of Marketing (cours assuré en Anglais, en MBA)

1998/2006 : Université de Bretagne Occidentale

UFR de Droit, d'économie et de gestion,

IAE de Bretagne Occidentale

- Marketing stratégique et tactique, en Master de sciences de gestion, Master mutualisme et coopération
- Stratégies d'internationalisation, en Master management international de la pme
- Marketing international, en Master MIPME, et Master CAAE

ACTIVITES DE PRATICIEN et d'ENSEIGNANT (avant carrière universitaire)

09/1992

Au 10 /1996 Enseignant au Lycée professionnel d'enseignement agricole "Le Restmeur" (Guingamp, 22). Techniques de commercialisation, économie d'entreprise et comptabilité

04/1990

au 09/1992 : En charge de l'administration des ventes du département produits Laitiers du groupe UNICOPA (C.A: 1 Milliard d'euros, Guingamp, 22) :

10/1988

au 03/ 1990 : En charge de l'activité Export de la société SAINT ANDRE PLASTIQUE (C.A: 8 Millions d'euros, St Lô, 50).