

Bernard PRAS

Professeur émérite

pras@essec.edu

Département: Marketing

Campus de Cergy

DIPLÔMES

DIPLÔMES

1973	Ph.D en Administration des Affaires (Indiana University États-Unis)
1977	Doctorat en Sciences Economiques (Université Paris Dauphine-PSL France)
1950	Agrégé des Facultés en Sciences de Gestion (France)
1966	MSc en Management (ESSEC Business School France)

CARRIÈRE

POSITIONS ACADÉMIQUES PRINCIPALES

1973 - Présent	Professeur émérite (ESSEC Business School France)
----------------	---

AUTRES POSITIONS ACADÉMIQUES

1943 - Présent	Professeur (Université Paris Dauphine-PSL France)
----------------	---

AUTRES POSITIONS

1943 - Présent	Directeur des Publications (Association Française de Marketing France)
1943 - Présent	Directeur du Centre de Recherche DMSP (Université Paris Dauphine-PSL France)

PUBLICATIONS

COMMUNICATIONS DANS UNE CONFÉRENCE

[PRAS, B. \(1989\). Viabilité économique du papier permanent et conservation du patrimoine.](#)

[PRAS, B. \(1988\). Stratégies des entreprises européennes.](#)

[PRAS, B. \(1988\). Evolution du marketing international : année 1990.](#)

[PRAS, B. et ROUX, E. \(1990\). Typologie du management des PME/PMI françaises : exportation, innovation.](#)

[PRAS, B. et MARTINET, A.C. \(1993\). La recherche en gestion et les entreprises : voies de coopération.](#)

[PLUNTZ, C. et PRAS, B. \(2018\). Quand Jean-Pierre Jeunet réalisa « Alien : résurrection » ... : l'impact de l'extension incongrue sur les légitimités de la marque humaine - application aux réalisateurs de films. Dans: 34 ème congrès international de l'Association française du marketing 2018.](#)

[PRAS, B. et LAURENT, G. \(1993\). Research in Marketing : Some Trends, Some Controversies and Some Recommendations.](#)

LIVRES

[PRAS, B., ROUX, E. et CHOFFRAY, J.M. \(1994\). Base de données PMI - stratégie, exportation, innovation. Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises \(FNEGE\), 235 pages.](#)

[PRAS, B. et MARMONIER, L. \(1990\). Du papier pour l'éternité : l'avenir du papier permanent en France. Centre National des Lettres et Cercle de la Librairie, 134 pages.](#)

[EVARD, Y., PRAS, B. et ROUX, E. \(1993\). Market - Etudes et recherches en marketing : fondement, méthodes. Nathan, 629 pages.](#)

[EVARD, Y., PRAS, B., ROUX, E., CHOFFRAY, J.M., DUSSAIS, A.M. et CLAESSENS, M. \(1997\). Market - Etudes et recherches en marketing : fondements, méthodes. Nathan, 672 pages.](#)

[EVARD, Y., PRAS, B., ROUX, E., DESMET, P. et DUSSAIX, A.M. \(2003\). Market. Etudes et recherches en marketing. Dunod, 699 pages.](#)

DOCUMENTS DE TRAVAIL

[PRAS, B. \(1991\). *Développement et devenir de la recherche en sciences de gestion*. ESSEC Business School.](#)

[BERGADAA, M. et PRAS, B. \(1988\). *La segmentation : outils et choix stratégiques*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B. et MARMONIER, L. \(1990\). *Le papier permanent : enjeu pour la conservation et enjeu économique*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B. \(1989\). *Marketing*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B. \(1988\). *Marketing international : quelques concepts et recommandations*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B. \(1991\). *Mesures de la diversification des grandes entreprises : une comparaison d'indices*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B. et ROUX, E. \(1990\). *Variables individuelles interculturelles et stratégies de croissance des PMI*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B. et FORGUES, B. \(1991\). *Le processus de révision de Recherche et Applications en Marketing : une comparaison internationale*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B. \(1991\). *Stratégies génériques et de résistance dans les canaux de distribution : commentaires et illustration*. ESSEC Business School.](#)

[PRAS, B., DUSSART, C. et JALLAT, F. \(1992\). *The Customer's Relative Importance in the Design, Development, and Implementation of New Services : An Empirical Investigation*. ESSEC Business School.](#)

ARTICLES OU VIDÉOS DE VULGARISATION

[PRAS, B. \(1997\). Le pouvoir de l'information. *Les Echos*, pp. 5.](#)

[PRAS, B. \(1993\). Les entreprises et le marketing. *Le Figaro*.](#)

CHAPITRES

[COMBIER, F. et PRAS, B. \(1995\). Compétitivité et marketing : le rôle du temps. Dans: *Management stratégique et compétitivité*. 1st ed. De Boeck, pp. 155-186.](#)

[PRAS, B. et BOUTIN, A. \(1995\). Euro-PMI : existe-t-il une PMI européenne ? \(Introduction\). Dans: *Les Euro-PMI*. 1st ed. Economica, pp. 7-14.](#)

[PRAS, B. \(1997\). Le pouvoir de l'information. Dans: *L'Art du Management*. 1st ed. Pearson Village Mondial, pp. 213-215.](#)

[PRAS, B. \(1995\). Marketing : réflexions sur les pratiques et la recherche. Dans: *Dauphine, 25 ans de sciences d'organisation*. 1st ed. Masson, pp. 199-222.](#)

[PRAS, B. \(1995\). OMO \(Analyse du cas OMO\). Dans: *La communication efficace \(Prix Effie 1994\)*. 1st ed. Dalloz, pp. 43-54.](#)

[LAURENT, G. et PRAS, B. \(1999\). Research in Marketing: Some Trends, Some Recommendations. Dans: *Rethinking Marketing. Towards Critical Marketing Accountings*. 1st ed. SAGE Publications, pp. 245-261.](#)

[PRAS, B. et LE NAGARD, E. \(2003\). Innovation et marketing stratégique. Dans: *Encyclopédie de l'innovation*. 1st ed. Economica, pp. 225-280.](#)

[LE NAGARD, E. et PRAS, B. \(2003\). Innovation et marketing stratégique, orientation marché et gestion du risque. Dans: *Savoir gérer. Mélanges en l'honneur de Jean-Claude Tarondeau*. 1st ed. Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises \(FNEGE\), pp. 221-246.](#)

[PRAS, B., SCHIEB, P.A. et BOUTIN, A. \(1995\). PMI et pays de l'Est : développement, risques et partenariat. Dans: *Les Euro-PMI*. 1st ed. Economica, pp. 89-115.](#)

[PRAS, B. \(1997\). Qu'est-ce que le marketing ? Dans: *Encyclopédie de Gestion*. 1st ed. Economica, pp. 2253-2780.](#)

[BERGADAA, M. et PRAS, B. \(1992\). La segmentation : outils et choix stratégiques. Dans: *Encyclopédie du Management*. 1st ed. Vuibert, pp. 704-722.](#)

[PRAS, B. \(1992\). Marketing. Dans: *Encyclopédie du Management*. 1st ed. Vuibert, pp. 54-62.](#)

[PRAS, B. \(1992\). Marketing international : quelques concepts et recommandations. Dans: *Encyclopédie du Management*. 1st ed. Vuibert, pp. 875-895.](#)

[PRAS, B. et ROUX, E. \(1991\). Variables individuelles interculturelles et stratégies de croissance des PMI. Dans: *Management interculturel, modes et modèles*. 1st ed. Economica, pp. 13-38.](#)

ARTICLES

[PRAS, B. et FORGUES, B. \(1992\). Le processus de révision de RAM : une comparaison internationale. *Recherche et Applications en Marketing*, pp. 3-18.](#)

[PRAS, B. et ASSENS, C. \(1993\). Les exportations parallèles en Europe : un entretien avec Louis-](#)

[Claude Salomon, Directeur Général des Ventes de Procter & Gamble France. *Décisions Marketing*, pp. 47-50.](#)

[PRAS, B. \(1993\). Marketing : les nouvelles tendances à l'international. *Moniteur du Commerce International*, pp. 30-32.](#)

[TIXIER, M. et PRAS, B. \(1995\). Le marketing inversé : interactivité, structure et pouvoir. *Décisions Marketing*, pp. 7-19.](#)

[PRAS, B. et ZARLOWSKI, P. \(2013\). Obligation de rendre des comptes : Enjeux de légitimité et d'efficacité. *Revue Française de Gestion*, \(237\), pp. 13-32.](#)

[COVA, B. et PRAS, B. \(1995\). Que peut-on apprendre du management asiatique ? *Revue Française de Gestion*, pp. 20-32.](#)

[PRAS, B. et MARMONIER, L. \(1990\). Le papier permanent : enjeu pour la conservation et enjeu économique. *Cahier de l'Economie du Livre*, pp. 105-127.](#)

[PRAS, B. et VAUDOUR-LAGRACE, C. \(2007\). Marketing et islam. Des principes forts et un environnement complexe. *Revue Française de Gestion*, pp. 195-223.](#)

[PRAS, B. \(1991\). Stratégies génériques et de résistance dans les canaux de distribution : commentaires et illustration. *Recherche et Applications en Marketing*, pp. 111-127.](#)

[NABEC, L., PRAS, B. et LAURENT, G. \(2016\). Temporary brand–retailer alliance model: the routes to purchase intentions for selective brands and mass retailers. *Journal of Marketing Management*, 32\(7-8\), pp. 595-627.](#)

[PRAS, B. \(2021\). Foundations and evolution of: Recherche et Applications en Marketing A shared adventure. *Recherche et Applications en Marketing \(English Edition\)*, 36\(2\), pp. 75-87.](#)

ACTES D'UNE CONFÉRENCE

[PRAS, B. et GOMY, P. \(1995\). Evolution de l'enseignement technique et professionnel. Dans: *Comment être aujourd'hui l'enseignant de la réussite*. Nathan, pp. 109-158.](#)

[JOSEPH, S. et PRAS, B. \(1997\). Factors Influencing Consumers' Changes of Values. Dans: *20th EMAC Conference*. Warwick Business School, pp. 643-662.](#)

PRÉFACES / INTRODUCTIONS DE REVUE

[PRAS, B. \(2013\). Éditorial : Marketing, présent et avenir : une question de tempo et de synchronisation. *Décisions Marketing*, pp. 5-15.](#)

DIRECTION D'OUVRAGE

[PRAS, B. et BOUTIN, A. \[Eds\] \(1995\). *Les Euro-PMI*. Economica, 224 pages.](#)

[LAURENT, G., LILIEN, G. et PRAS, B. \[Eds\] \(1994\). *Research Traditions in Marketing*. Kluwer Academic Publishers, 442 pages.](#)

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Fonction dans une association académique

- 1992 - 1998: Vice-Président Publications de l'AFM (Association Française du Marketing), association scientifique francophone du domaine (France)
- 1943 - Présent: Membre du Conseil scientifique de la Fondation Cetelem
- 1984 - 1987: Ancien Président Fondateur de l'Association Française du Marketing
- 1989 - 1992: EIASM (European Institute for Advanced Studies in Management):
Coordinateur Régional
- 1980 - 1983: Membre de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation

Direction d'une revue - Rédacteur en chef

- 2015 - 2019: Rédacteur en chef - Recherche et Applications en Marketing

Co-direction d'une revue - Co-rédacteur en chef

- 2018 - 2018: Co-Rédacteur en chef - Décisions Marketing
- 2011 - 2020: Co-Rédacteur en chef - Revue Française de Gestion

Membre d'un comité de lecture

- 1994 - 1995: Membre du comité de lecture - Décisions Marketing
- 2001 - 2010: Membre du comité de lecture - Décisions Marketing
- 2012 - 2016: Membre du comité de lecture - Décisions Marketing
- 2018 - 2022: Membre du comité de lecture - Décisions Marketing
- 2002 - 2004: Membre du comité de lecture - International Journal of Research in Marketing
- 1993 - 2004: Membre du comité de lecture - Recherche et Applications en Marketing
- 2006 - 2009: Membre du comité de lecture - Recherche et Applications en Marketing
- 2011 - 2019: Membre du comité de lecture - Recherche et Applications en Marketing
- 1994 - 1998: Membre du comité de lecture - Revue Française de Gestion
- 2002 - 2008: Membre du comité de lecture - Revue Française de Gestion
- 2011 - 2019: Membre du comité de lecture - Revue Française de Gestion
- 1994 - 1995: Membre du comité de lecture - Revue Sciences de Gestion (Iseor)
- 2007 - 2008: Membre du comité de lecture - Revue Sciences de Gestion (Iseor)

SERVICES

1992 - 1995:	Membre du CNU (Conseil National des Universités) en sciences de gestion
1943 - Présent:	Membre du Conseil Scientifique du CEFAG (Centre d'Études et de Formation Approfondies en Gestion ; centre doctoral)