

Pr. Paul-Valentin Ngobo
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)
Université d'Orléans, Université d'Orléans -
UFR Droit, Economie, Gestion – DEG, Rue de
Blois, BP 6739 - 45067 ORLEANS CEDEX

Date de naissance : 3 octobre 1970

Formation & Grades

- Professeur Agrégé des Universités en Sciences de Gestion – (Juin 2001)
- Doctorat Sciences de Gestion, Université Montpellier II (IAE) – 1997 (Finaliste du prix de thèse de l'AFM en 1998)
- DEA Sciences de Gestion, Université Montpellier I (ISEM) - 1994
- Maîtrise Economie d'entreprise – Université Montpellier I -1993
- Licence Sciences de Gestion – Institut Supérieur de Gestion (Congo-Brazzaville) - 1991

Expérience professionnelle

- **Institut d'Administration des Entreprises (IAE) université d'Orléans**
 - Professeur des Universités
 - Responsable Master II Parcours « Recherche »
- **Faculté de Droit, Economie et Gestion (Université d'Angers)**
 - Responsable du Master Management des Organisations 2005- 2007
 - Responsable Master Recherche Sciences de Gestion 2002-2007
 - Membre du Conseil de l'UFR 2004-2007
 - Membre du Conseil Scientifique 2006-2007
 - Assesseur du Doyen de la Faculté de Droit, Economie & Gestion, 2004-2007
 - Vice-président de la commission des spécialistes 06 depuis 2004-2007
 - Responsable du Laboratoire de Recherche en Gestion (Largo) 2001-2007
 - Professeur des Universités depuis septembre 2001-
- **Institut d'Administration des Entreprises (IAE) – Université Montpellier II**
 - Maître de Conférences en Sciences de Gestion 1998-2001
 - Vacataire 1996-1997
- **Institut Universitaire & Technologique – Université Montpellier II**
 - Attaché temporaire d'enseignement et de recherche 1997-1998

Recherches

Publications dans des Revues

1. Ngobo Paul-Valentin, JF Casta & O. Ramond (2010), Is Customer Satisfaction a Relevant Metric For Financial Analysts, *Journal of the Academy of Marketing Science*, *forthcoming*
2. Ngobo Paul-Valentin (2010), Private Label Share, Branding Strategy & Store Loyalty, *Journal of Retailing and Consumer Services*, *forthcoming*
3. Ngobo Paul-Valentin (2010), "What Drives Household Choice of Organic Products in Grocery Stores?" *Journal of Retailing*, *forthcoming*
4. Ngobo Paul-Valentin, Patrick Legoherel & Nicolas Guéguen (2010), A cross-category investigation into the effects of nine-ending pricing on brand choice, *Journal of Retailing and Consumer Services* 17 (2010) 374–385
5. Ngobo Paul-Valentin & Delphine Ezanno (2010), "L'infidélité est-elle une question de génération?" *Recherche & Applications en Marketing*, numéro spécial sur le Marketing Générationnel.
6. Guéguen, N., Jacob C., Legohérel P. & NGobo P. (2008), "Nine-ending prices and consumer behavior in a restaurant", *International Journal of Hospitality Management*, Volume 28, Issue 1, March 2009, Pages 170-172
7. Ngobo Paul Valentin & Hervé Ginguant (2006), «La segmentation des marchés au niveau international : les apports de la méthode des classes latentes multi-niveaux » *Décisions Marketing*, vol.42,
8. Ngobo Paul Valentin & RAMAROSSON Andy (2005), "Satisfaction et performance de l'entreprise : synthèse et extension", *Décisions Marketing*, oct-Dec, pp. 75-84

9. Ngobo Paul Valentin (2005), "Drivers of upward and downward migration in the theatre context » *International Journal of Research in Marketing*, vol. 22 (2), June, 183-201
10. Ngobo Paul Valentin (2004), "Drivers of cross-buying intentions for services" *European Journal of Marketing*, vol. vol. 38, no. 9-10, 1129-1157
11. Ngobo Paul Valentin (2001) " Les Différences de Performance Financière entre les Entreprises : résultats du marché français " (avec Eric Stephany) *Stratégie, Finance & Contrôle*, volume 4, N°1, mars pp 89-121
12. Ngobo Paul Valentin (2000) "Satisfaction des Clients et Part de Marché de l'entreprise : un réexamen au regard de récentes avancées théoriques", *Recherche et Applications en Marketing*, 15, 2, 21-41
13. Aurier Philippe & Paul Valentin Ngobo (1999), "Etude de l'expertise du consommateur et ses conséquences", *Série Notes et Documents*, 111 (INRA), numéro Spécial n°8 «Recherche en consommation alimentaire », 13-19.
14. Ngobo Paul Valentin (1998), "Les standards de comparaison dans la gestion de la satisfaction des clients" *Décisions Marketing* n° 13 (Janvier - Avril), pp. 57-65
15. Ngobo Paul Valentin (1997), "The standards issue: An accessibility-diagnosticity perspective" *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, vol. 10, pp.61-79
16. Ngobo Paul Valentin (1997), "La satisfaction et la qualité perçue des services : un état des recherches" *Revue Française du Marketing*, n°3, pp. 67-79

Ouvrages

- Ngobo Paul Valentin (2007), *Capital Immatériel et Performance*, (Co-édité avec Lionel Escaffre) Presses des Universités d'Angers

Chapitres d'ouvrage

- Ngobo Paul-Valentin & Alain capiez (2008), "Stratégie d'innovation et structure du capital : le rôle modérateur des différences institutionnelles nationales" In *Capital Immatériel et Performance* Eds. Escaffre Lionel & Paul-Valentin Ngobo, Presses Universitaires d'Angers, pp. 11-39
- Ngobo Paul Valentin & Nathalie Samier (2008), "La création de valeur par des investissements immatériels : le cas des technologies de l'information et des pratiques incitatives" In *Capital Immatériel et Performance*, Eds. Escaffre Lionel & Paul-Valentin Ngobo, Presses Universitaires d'Angers, pp. 209-236

• ***Tribunes dans des Magazines & Journaux***

- Ngobo Paul-Valentin (2008), « Les prix à terminaison 9 influencent-ils réellement le choix des consommateurs ? » *Lettre de MarketingScan* N°37
- Ngobo Paul & Fouda Maurice (2007), "Bonne gouvernance et performance des entreprises" *Jeune Afrique, Hors Série, les 500 plus grandes entreprises africaines*.
- Dans *Courrier de l'Ouest* octobre 4, 2006 : Article consacré au projet d'étude avec la société MarketingScan à Angers.

Actes de conférences & Congrès

1. Ngobo Paul-Valentin (2010), "Cross-buying & customer loyalty: a cross-lagged hidden Markov model" German-French-Austrian Quantitative Marketing Conference, Vienna (Austria), september 16-18;
2. Ngobo Paul Valentin (2009), "Does Customer Satisfaction lead to Accurate Earnings Forecasts?" Conférence « Marketing Strategy Meets Wall Street »

Emory University, Atlanta, Georgia USA (co-auteurs , J-F Casta et Olivier Ramond)

3. Ngobo Paul-Valentin, Patrick Legohérel & Nicolas Guéguen (2009), "A Cross-Category Investigation into the Effects of Nine-ending Pricing on Brand Choice", conférence de l'Association Française du Marketing à Londres.
4. Ngobo Paul-Valentin & Gaelle Pantin-Soher (2009), "Marketing Mix and Store Image", conférence de l'Association Française du Marketing à Londres.
5. Ngobo Paul-Valentin (2008), "Innovation et Performance de l'entreprise : une étude empirique dans la zone UEMOA" Journée du manager du CESAG, Dakar 4 juin 2008
6. Ngobo Paul Valentin & Alain Capiez (2004), "Structure du capital et performance de l'entreprise : le rôle modérateur des différences culturelles" Congrès de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), Le Havre
7. Ngobo Paul Valentin & Rim Gharsallah (2004), " Effets conjoints de l'expérience de service, l'image de l'entreprise, les programmes de fidélité et des caractéristiques du client sur la fidélité », Congrès de l'Association Française de Marketing à Saint Malo.
8. Ngobo Paul Valentin & RAMAROSSON Andry (2004), "Satisfaction et performance de l'entreprise : synthèse et extension", Congrès de l'Association Française de Marketing à Saint Malo
9. Ngobo Paul Valentin & Nathalie Samier (2004), "Effets conjoints des technologies de l'information et des pratiques incitatives sur la performance opérationnelle et financière de l'entreprise" 1ère Journée Recherche sur les « Aspects Humains de l'audit et du contrôle de gestion » organisé par l'université de Rennes I (<http://crereg.eco.univrennes1.fr/>)
10. Ngobo Paul Valentin (1999), "Decreasing returns in Customer Loyalty: Does it really matter to delight customers?" *Advances in Consumer Research*, Eds. Linda, Scott and Eric Arnould, Association for Consumer Research, vol. XXVI, 469-476;
11. Aurier Philippe & Paul Valentin Ngobo (1999), "Assessment of Consumer Knowledge and its consequences: A Multi-Component Approach" *Advances*

- in Consumer Research, Eds. Linda, Scott and Eric Arnould, Association for Consumer Research, vol.XXVI (avec Philippe Aurier), 569-575
12. Aurier Philippe & Paul Valentin Ngobo (1998), "A Reexamination of the relationship between consumer knowledge and search" (with Philippe Aurier – Proceedings of the 27th European Marketing Academy Annual Conference, Editor: Per Andersson. -Stockholm (Sweden), May, pp. 277-296;
 13. Ngobo Paul Valentin (1998), "Les relations non linéaires entre la satisfaction, la fidélité et les réclamations" Actes de la Conférence de l'Association Française de Marketing (Ed. Bertrand SAPORTA) – IAE de Bordeaux, mai 1998, pp. 641-670 ;
 14. Ngobo Paul Valentin (1996), "Les jugements multi-attributs en situation d'information incomplète: un état des recherches sur les processus d'inférence" In Spiteri et Penan H., Actes du 13ème Congrès des IAE – ESUG, Toulouse (Avril), pp. 247-266

Presentations

1. Ngobo Paul Valentin (2008), "Image de point de vente et dépenses du ménage" Université Paris 10, Faculté de Gestion.
2. Ngobo Paul Valentin (2005), "Short term dynamics and long term relationships between customer satisfaction and firm performance" 5th Workshop sur le CRM, Université de Pau & Pays de l'Adour, organisé à Bayonne (http://www.univ-pau.fr/stat-U/article.php3?id_article=9)
3. Ngobo Paul Valentin (2001), "Corporate diversification and firm performance" Presentation at the INSEAD Marketing Meeting
4. Ngobo Paul Valentin (2000), "The Antecedents and Consequences of Consumer Loyalty: A Multidimensional Approach" (presented at the 9th AMA/INFORMS Frontiers in Services Conference, Nashville, TN)
5. Ngobo Paul Valentin (1999) "Customer Satisfaction as a consequence of market share" 8th AMA Frontiers in Services Conference, Nashville, TN
6. Aurier Philippe & Paul Valentin Ngobo (1999), "Consequences of consumer expertise: an investigation in the context of wine consumption" Journée du GRAAL – Montpellier
7. Ngobo Paul Valentin (1998), "Decreasing returns in Customer Loyalty: Does it really matter to delight customers?" Association for Consumer Research Conference, Montreal (Canada)

8. Aurier Philippe & Paul Valentin Ngobo (1998), "Assessment of Consumer Knowledge and its consequences: A Multi-Component Approach" Association for Consumer Research Conference, Montreal (Canada)
9. Ngobo Paul Valentin (1997), "The retrieval and construction of the comparison standards in the consumer satisfaction formation process " Marketing Meeting of the University of Michigan Business School , Ann Arbor (Michigan, US) – 17 Juillet; Initially presented at the Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior Conference, July 11, 1997 Snow Bird Resort, Utah
10. Ngobo Paul Valentin & Aurier Philippe (1997) "Implication, satisfaction et intentions comportementales: une application aux étudiants de l'option gestion de l'Université Montpellier II" Compte Rendu de l'atelier de recherche sur le thème "Pédagogies et recherches en gestion: vers un observatoire des étudiants?"(avec P. Aurier)
11. Ngobo Paul Valentin (1996), "Les standards de comparaison dans l'évaluation de la satisfaction" Journée de recherche de l'AFM sur « Satisfaction, Marketing Relationnel et Fidélité ». IAE de Pau, 18 Octobre

Articles soumis à des revues

1. (2010) "Is Good Governance Good for Business? An empirical investigation among some African companies" (& Fouda Maurice) 2nd Round at Journal of World Business

Working papers

2. Eugene W. Anderson & Ngobo Paul Valentin (1999) "Market Structure, Firm Capabilities and Customer Satisfaction" (University of Michigan Business School)

Enseignements

- Marketing Quantitatif
- Gestion de la Marque
- CRM
- Gestion de la Marque dans le Sport
- Database Marketing

Affiliation professionnelle & contributions éditoriales

- Membre de l' Association Française du Marketing
- Ad hoc Reviewer "Economie et Societe"
- Ad hoc Reviewer Conférence de l' AFM, AIMS
- Ad hoc Reviewer "Recherche et Applications en Marketing" (RAM)

Affiliation professionnelle & contributions éditoriales

Membre de l' Association Française du Marketing

Ad hoc Reviewer "Economie et Societe"

Ad hoc Reviewer Conférence de l' AFM, AIMS

Ad hoc Reviewer "Recherche et Applications en Marketing" (RAM)

Ad hoc Reviewer "Décisions Marketing"

Adhoc Reviewer "Revue Management International"

Thèses de Doctorat

Direction de Thèses

Dirigées & soutenues

2007: *Park Dong Jal* : Déterminants de la satisfaction des visiteurs de muse

2008 : *Cissé Boubacary* : Bonne Gouvernance, stratégies et performance des entreprises (co-direction Alain Capiez)

2009 : *Ramarosson Andry* : Les déterminants de la migration entre marques nationales et marques de distributeur

2009 : *Kanté Cheick* : Les modes de gestion du capital immatériel et leur conséquences : étude au sein de l'UEMOA

2010 : *Garshallah Rim* : L'influence du mode d'acquisition sur la relation

2010 : *Thiam Sadio* : Les déterminants de la fidélité des PME à l'égard de leurs banques (co-direction Pr. Dia, Université de Dakar)

2010 : *Adama Diabaté* : Responsabilité sociale d'entreprise et capital marque

Jurys de thèses

1. 2003 : Isabelle Collin-Lachaud : « Approche dynamique du lien satisfaction –fidélité dans le champ culturel. L'exemple des festivals de musique rock » Soutenue le 14 novembre 2003 à l'Université François Rabelais de Tours – IAE – sous la direction du Pr V. des Garets.
2. 2003 : Anne-Hélène Prigent : « La nature de l'engagement dans la relation entre une coopérative agricole et ses adhérents : Le cas du groupe Euralis ».
 - Sous la direction de Christophe Benavent
 - Université Pau et des pays de l'Adour

3. 2006 : FOUDA ONGODO Maurice - HDR : « Environnements socioculturels et institutionnels africains et management des organisations dans le contexte de globalisation des économies », Université d'Angers, directeur de recherche : A. Capiez,
4. 2008 : Zoubir Zarrouk : « Yield-management et gestion de la relation client ».
 - ▀ Sous la direction de Christophe Bénavent
 - ▀ Université de Pau et des pays de l'Adour
5. 2008 : Gaël Planchais : « Stratégie et performance des agriculteurs dans un enjeu d'agriculture durable» Directeur de thèse : Alain Capiez
6. 2008 : Rédouane BARZI "Perception des dirigeants et stratégies dans un environnement perturbé : le cas des PME marocaines de l'habillement". Directeur de thèse : Dominique Bessire
7. 2009 : Lofti Gammoudi « Justice, défaillance et réclamation » Université Paris 10, Nanterre, Directeur de thèse : Christophe Benavent
8. 2010 : Hervert Casteran « Effets des promotions sur la valeur à vie des clients et le capital client» Université de Toulouse I, Directeurs : Lars Meyer-Waarden & Christophe Benavent