
**CÉRÉMONIE DE REMISE
DES PRIX DE LA FONDATION ESSEC 2018**



Corps professoral ESSEC Business School 2017/2018

THE ESSEC FOUNDATION AWARDS 2018

VENDREDI 9 MARS 2018
FRIDAY, MARCH 9th 2018

ÉDITO

C'est avec un plaisir chaque année renouvelé que nous organisons la cérémonie de remise des Prix de la Fondation ESSEC pour le corps professoral de l'ESSEC, témoignage de la collaboration pérenne et fructueuse entre la Fondation, le Décanat et la Direction Générale de l'ESSEC.

Cette cinquième édition illustre combien ces prix sont devenus un rendez-vous incontournable qui participe à la visibilité des réalisations académiques de l'ESSEC. À l'heure où l'École s'attèle au défi de devenir une business school de référence du XXI^e siècle, reconnue comme une école de premier plan au niveau international, ces prix témoignent du soutien des diplômés à cette ambition et au développement qualitatif du corps professoral permanent qui l'accompagne.

Pour décerner les prix de l'excellence pédagogique pour le corps professoral permanent et pour les chargés de cours, les étudiants de formation initiale et les participants de la formation continue ont été invités à voter pour leur professeur permanent et leur chargé de cours préféré au cours de l'année académique 2016-2017. Le Décanat, la Fondation et la Direction Générale ont participé conjointement aux jurys pour décerner les autres prix, qui incluent celui de l'expérience pédagogique « Daniel Tixier » et celui du meilleur article scientifique publié. Le jury a également sélectionné un projet blanc à financer au bénéfice de l'innovation et de la recherche. Cette année sera aussi remis le prix Phd, décerné tous les deux ans. Pour la première fois, le prix spécial du jury sera également décerné.

Évènement marquant de la vie académique de notre École, cette cérémonie de remise des Prix de la Fondation ESSEC symbolise les efforts constants pour développer et valoriser l'excellence.

Nos plus vifs remerciements vont à la Chambre de commerce régionale Paris Île-de-France pour l'accueil qu'elle nous réserve cette année encore, ainsi qu'aux Alumni et amis de la Fondation ESSEC dont la générosité est un facteur clé du rayonnement global de notre institution.



**Vincenzo
ESPOSITO VINZI**
Directeur Général
Groupe ESSEC



**Michel
BARONI**
Doyen des Professeurs
Groupe ESSEC



**Thierry
FRITSCH**
Président
Fondation ESSEC



**Laetitia
de CHABOT**
Déléguée Générale
Fondation ESSEC

PRIX DE L'EXCELLENCE PÉDAGOGIQUE

Catégorie « professeurs permanents »

CE PRIX REFLÈTE LES PRÉFÉRENCES EXPRIMÉES PAR PLUS DE 2000 ÉTUDIANTS ET PARTICIPANTS DU GROUPE ESSEC ET A ÉTÉ RATIFIÉ PAR UN COMITÉ COMPOSÉ DU DIRECTEUR GÉNÉRAL, DU VICE DOYEN DES PROFESSEURS, DU VICE DOYEN ASSOCIÉ À LA PÉDAGOGIE, DU PRÉSIDENT DE LA FONDATION ESSEC ET DE LA DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DE LA FONDATION ESSEC.



Andreas

von GOLDBECK

*Professeur Assistant
Département Droit
et Environnement de
l'Entreprise
Campus de Cergy*

My teaching is inspired by the idea that every student is unique—an individual who carries in himself the power to emerge from nonage by using his own mind—an idea described by Kant. Good teaching is never the mere conveyance of knowledge. A teacher should facilitate the student's use of his own understanding. Teaching means to support the student in his learning activities. A good teacher always encourages his student, never belittles him. Teaching should enable students to become masters of their own destiny (Humboldt).

Teaching is a two-way process. It is a conversation between teacher and student and among students—all learn in the process. Thus, teaching is one of the greatest privileges. The student benefits from insights that the teacher has gained through his research and the teacher may benefit by receiving feedback from his student. For the teacher it is essential to welcome student feedback. This creates trust and confidence between teacher and student.

A teacher should genuinely like his students and enjoy teaching. He should not treat his classes as something that he has to get out of the way in order to be able to conduct research. A teacher who likes his students is able to create an atmosphere of trust and confidence. This atmosphere is necessary to create a good learning environment. Each question a student refrains from asking is an opportunity lost for learning. Mutual trust in a classroom will encourage students (and teachers) to ask questions and to contribute to the class discussion. Questions are instrumental in the teaching and learning process.

Receiving this award is a great honour. I would like to thank all those who have voted for me. I am delighted and grateful.

Prof. Andreas von GOLDBECK is a member of the faculty of Essec Business School and a fellow of the Institute of European & Comparative Law at Oxford University. Professor von Goldbeck holds a DPhil from Oxford University and a JD from Columbia University School of Law receiving the distinction of 'James Kent Scholar'. His main research interests are in the areas of international commercial arbitration, contract law, European private law, comparative law and private international law.

Top 3 - Professeurs permanents

Aurélien COLSON

Département Droit et Environnement
de l'Entreprise

Andreas von GOLDBECK

Département Droit et Environnement
de l'Entreprise

Maciej WORKIEWICZ

Département Management

PRIX DE L'EXCELLENCE PÉDAGOGIQUE

Catégorie « chargés de cours »

CE PRIX REFLÈTE LES PRÉFÉRENCES EXPRIMÉES PAR PLUS DE 2000 ÉTUDIANTS ET PARTICIPANTS DU GROUPE ESSEC ET A ÉTÉ CONFIRMÉ PAR UN COMITÉ COMPOSÉ DU DIRECTEUR GÉNÉRAL, DU VICE DOYEN DES PROFESSEURS, DU VICE DOYEN ASSOCIÉ À LA PÉDAGOGIE, DU PRÉSIDENT DE LA FONDATION ESSEC ET DE LA DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DE LA FONDATION ESSEC.



Siva KUMAR

*Chargé de cours
Département Droit
et Environnement de
l'Entreprise.
Campus ESSEC Asie-Pacifique*

I teach International Business Law, Business Law in Asia, Strategic Intellectual Property Management in Asia, Negotiations with Indian Businesses, and the Hindu Culture component in Asian Culture and Society. My best satisfaction in the higher education sector is having students appreciate the finer components of the subjects I teach, and when they inform me how relevant these subjects are in their professional lives later on.

What I like the most at ESSEC is the atmosphere, which is warm, informal and family-like. The team of Associate Director for Academic Affairs, Kentia Boulay, Academic Director, Master in Management, Prof. Dr Xavier Pavie, Managers and Assistant Managers, Noelle Loo, Kalaivani Aranan, Pat Lian, Emily Mah, Maria Christina, and others, give me much guidance and support and make me feel at home. Then, of course, there are the students, who constantly challenge me to present knowledge in a more effective and inspiring manner!

Thanks to this Award, ESSEC is giving me an opportunity to express my passion of teaching and imparting knowledge. This prize is also precious to me because I consider it the collective effort of the team I am part of in ESSEC Business School in Singapore.

A 3rd generation Singaporean, **Siva KUMAR** graduated from the National University of Singapore with a degree in Law in 1996 and has been running his own civil, corporate and business law practice for more than 21 years. He specializes in International Business and Commercial Law and advises companies regularly on Intellectual Property rights and business strategies. His legal practice has a strong emphasis on negotiations, mediation and dispute settlements. Besides law, Siva is well recognized in the field of Indian culture, religion and ethics, and travels throughout Asia, Europe and the US regularly to conduct courses and seminars on the practicality of ethics and values in the modern world. Siva is a founding member and President of the Gita Reading Society, where he runs and organizes regular weekly programs on study of the Bhagavad Gita, the well-known Hindu scripture. He also regularly conducts courses on the Bhagavad Gita and its relevance to the world and humanity today at Singapore's Asian Civilization Museum and the National University of Singapore.

Top 3 - Chargés de cours

Jean-Yves FENG

Département Langues et Cultures

Siva KUMAR

Département Droit et Environnement de l'Entreprise

Sandra RAHEM

Département Langues et Cultures

PRIX SPÉCIAL DU JURY

DANS LA LISTE DES 10 PROFESSEURS PRÉFÉRÉS DES ÉTUDIANTS, LE JURY A SÉLECTIONNÉ CAROLE DONADA, PROFESSEUR DU DÉPARTEMENT MANAGEMENT, POUR L'EXCELLENCE DE SES ÉVALUATIONS DE COURS DANS UNE DIVERSITÉ DE PROGRAMMES EN FORMATION INITIALE ET CONTINUE.



Carole DONADA

*Professeur
Département Management
Campus de Cergy*

Carole DONADA teaches Strategy and Management at Essec Business School Paris. She holds a Ph.D from HEC Paris and her interests focus on competitive and collaborative strategy, buyer-supplier relationships, and business ecosystems in emerging innovative sectors. Carole has participated in several books on strategy and management and published her research in international academic journals (e.g., Journal of Business Ethics, Strategic Organization, Management Accounting Research, Canadian Journal of Administrative Science, Revue Française de Gestion, International Journal of Automotive Technology and Management, International Journal of Hospitality Management...). Founder of the Chair Armand Peugeot, she is also analyzing the disruptive strategic challenges facing by the global automotive industry in a context of electromobility. Carole received several awards; among those, the "Best Young French Researcher Award" (AIMS, 1999), the "HEC Foundation Best Thesis of the year (2000)", the "Douglas C. Mackay Outstanding Paper Award 2002" (Canadian Journal of Administrative Science), three Best Paper and Case Awards (Administrative Science Association of Canada, 2001, 2002, 2006) and one teaching award for the best professor in the Management Général Program. Carole has been a Visiting Scholar at McGill (2000- 2001), Universidad de Valencia (2014-2015), and Faculty at ESSEC Singapore Campus (2007-2008). She has been Associate Dean of the Faculty between 2008 and 2011.

PRIX DE L'EXPÉRIENCE PÉDAGOGIQUE

« Daniel Tixier »

**CE PRIX RÉCOMPENSE LA CONCEPTION, LA DIRECTION PÉDAGOGIQUE ET
L'ANIMATION D'UNE EXPÉRIENCE PÉDAGOGIQUE ORIGINALE ET INNOVANTE :
« LE PROGRAMME EXPERIENCE D'UNE ORGANISATION. »**

Junko TAKAGI

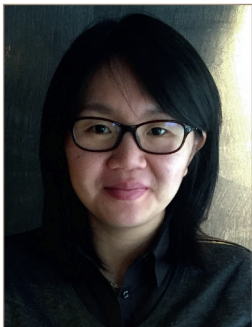
*Professeur Enseignant
Département Management
Campus de Cergy*

The "Programme Experience d'une Organisation", or PEO for short, celebrated its 10th anniversary this year. The PEO was the forerunner of many pedagogical innovations that have come into being in the past few years that implement alternative learning methods in the Pre-Master's program. It has become a legitimate fixture in the curriculum, and is now associated with more recent programs such as Going Pro which shares a similar pedagogy and resources. The program was conceived to encourage students to rapidly develop a mature understanding of the professional environment through experiential learning. The key objective of the program is to introduce first-year students to organizations, and to think about and understand organizational phenomena in an inductive and exploratory manner, and in so doing to hone their observational skills and self-reflection. PEO encourages a transformation of student expectations around learning and proposes a learning process that is sustainable because applicable to other situations such as internships and apprenticeships. In addition to being a pedagogical innovation, it has had a transformational impact on how the institutional actors concerned, professors, administration and project managers work collaboratively within the institution to ensure the pedagogical quality of the program. This program is based on teamwork and collaboration, and would not be what it is today without the contributions of all those who have been involved over the past ten years. On the pedagogical side, the program was initiated by Laurent Bibard during his term as the ESSEC Program Director. It was coordinated by Laurence de Carlo for the first three years, followed by Annick Ancelin-Bourguignon. It is they who formalized the content and structure of the program. On the internship side, Hughes Derycke and Yann Kerninon have been in charge of finding over 550 internships every year specifically for PEO. This year, we welcomed on board Agnes Zancan and her team to run the administrative side of the program, which had until then been taken care of by Marie-Noelle Koebel, Valerie Fournier and the Service des Etudes. Also, a team of 20 facilitators actually make the program happen every year. They are in direct contact with students and it is they that give life to this pedagogical experience. The success of the program depends on the good collaboration of these different elements. This prize is for the program and to everyone who has participated in making it happen.

Junko TAKAGI teaches Management in a range of ESSEC programs (ESSEC MSc, Executive Education) and most specifically is involved in all of Team Building activities at ESSEC. These activities include seminars, which consist of participation in a one day training session on team-building, group animation and group dynamics followed by another one day session of hands-on experience in logistics, group leadership and facilitation through team-building exercises with incoming MSc and MBA Luxury Brand Management students. Her current research interests focuses on 3 axes: The diversity of Diversity – The very sense of the term "Diversity" – the implications of the various meanings of the term "Diversity" in France and in the Anglo-Saxon countries. Junko has also published on the neo-institutional theory applied to the sector of "Education Management", the health systems and the medical practitioners work.

PRIX DE LA RECHERCHE

CE PRIX RÉCOMPENSE LA RIGUEUR ACADÉMIQUE ET LA PERTINENCE POUR LA PRATIQUE DU MANAGEMENT QUI ONT CONDUIT À LA PUBLICATION DE L'ARTICLE "NEAR MISSES IN THE BREAKTHROUGH DISCOVERY PROCESS" PUBLIÉ DANS *ORGANIZATION SCIENCE* (2017).



Sen CHAI

*Professeur Assistant
Département Management
Campus de Cergy*

Il est bien difficile de s'imaginer un monde sans antibiotique, sans rayon X ou même sans communication sans-fil. Ces quelques innovations de rupture, ainsi que de nombreuses autres, ont fondamentalement et irréversiblement bousculé les paradigmes dans lesquels nous vivons, en nous offrant des avancées majeures sur notre compréhension du monde. Tous les jours, une myriade de petites ou grandes innovations pave la voie au progrès, à plus de création de valeur ainsi qu'à plus de croissance pour les organisations et la société dans son ensemble. Mais comment ces innovations de ruptures naissent-elles? Existe-il des contextes dans lesquels il est plus aisé pour les chercheurs et les innovateurs de réaliser de plus grandes découvertes? Cette publication s'attache à obtenir une compréhension du processus de découverte dans son ensemble, et essaie d'identifier les conditions particulières permettant de favoriser l'innovation, en se concentrant sur l'étude des « quasi-échecs »: c'est-à-dire, lorsqu'un chercheur détient une idée de rupture mais qu'il ne parvient pas à la concrétiser *in fine*. Les quasi-échecs font en effet partie intégrante du processus d'innovation de rupture. Dans la plupart des cas, les chercheurs connaissent de nombreux échecs avant d'arriver au résultat final.

En se concentrant sur ces cas ratés, plutôt que simplement sur les cas de succès, on parvient à obtenir une meilleure compréhension du processus de découverte. J'ai pu cartographier le chemin classique vers la découverte en étudiant le cas de l'interférence par ARN – une découverte médicale ayant donné lieu à un Prix Nobel – qui était assez récente pour que je puisse m'entretenir avec les acteurs et avoir facilement accès aux différentes données.

Through my interviews with prominent scientists, I identified three ways in which researchers were likely to miss making a breakthrough discovery:

1. By failing to notice or recognize anomalies appearing outside predictions of the established paradigm;
2. By actively resisting possible solutions that were significantly different from those dictated by the paradigm;
3. By failing to make the link between communities thought to be operating under different paradigms.

The findings suggest that, on the path to discovery, not being able to see outside the prevailing paradigm can lead to near misses at various stages.

Sen CHAI's research examines the entire developmental course of creative innovations from idea conception to commercialization, with the goal of helping managers and policymakers better support innovation and increase organizations' chances of creating commercially successful ideas. Her current projects focus on understanding how firms frame catastrophic and repeated failures, the effect of Twitter as well as the role of physical and virtual temporary colocation as vehicles for collaboration, as well as the tension between trust and scale in innovation partnerships as matching platforms.

She holds a D.B.A. in Technology and Operations Management from Harvard Business School, a M.S. in Management Science and Engineering from Stanford University and a B.Eng. in Electrical Engineering from McGill University. She has also passed all three levels of the CFA curriculum.

PRIX DE LA RECHERCHE

CE PRIX RÉCOMPENSE LA RIGUEUR ACADÉMIQUE ET LA PERTINENCE POUR LA PRATIQUE DU MANAGEMENT QUI ONT CONDUIT A LA PUBLICATION DE L'ARTICLE "MANAGING STATUS: HOW LUXURY BRANDS SHAPE CLASS SUBJECTIVITIES IN THE SERVICE ENCOUNTER" PUBLIÉ DANS *JOURNAL OF MARKETING* (2017).



Delphine DION

*Professeur Associé
Département Marketing
Campus de Cergy*

C'est un très grand honneur de recevoir le Prix de recherche de la Fondation ESSEC. Voir mon travail reconnu par les alumni de l'ESSEC est une magnifique récompense qui me donne beaucoup d'énergie pour continuer à me battre pour publier dans les meilleures revues. Je tiens à remercier très chaleureusement la Fondation, l'ESSEC et mes collègues.

Cette recherche a été réalisée en collaboration avec Stéphane Borraz, qui était à l'époque mon étudiant en doctorat à la Sorbonne. J'ai été très heureuse de collaborer avec lui et je le remercie.

L'article porte sur le statut, un sujet qui a fait l'objet de nombreuses recherches. Les chercheurs ont étudié la façon dont les consommateurs utilisent les marques, et notamment les marques de luxe pour signaler leur statut, c'est-à-dire leur position dans la hiérarchie sociale. En revanche, seulement quelques recherches ont porté sur la façon dont les entreprises peuvent manager le statut. Elles ont étudié la façon dont les marques de luxe pouvaient se maintenir en tant que marqueur de statut lorsque la marque s'étend à de nouvelles cibles de clients. Dans cette recherche nous proposons une compréhension alternative du management du statut à partir du management de l'expérience client sur le point de vente.

Pour cela, nous avons réalisé une étude ethnographique dans les magasins de luxe. Cette étude nous a permis de comprendre les dynamiques de classes sociales qui se déroulent sur le point de vente et qui permettent de construire les subjectivités de classe. Nous montrons que, à travers le point de vente, les marques de luxe permettent aux individus de se placer dans la hiérarchie sociale et d'internaliser les comportements et pratiques associés à ces positions sociales.

Cette recherche permet de contribuer à la littérature sur les marques. Nous montrons que manager le statut ne passe pas simplement par le management des symboles statutaires associés à la consommation de marques statutaires mais aussi par le management d'expériences qui permettent aux consommateurs de se placer dans le jeu social et d'internaliser des comportements et pratiques associés à une classe sociale. Elle montre ainsi que la classe sociale n'est pas une donnée individuelle liée à la richesse mais une construction sociale formatée par les marques. Ainsi, nous montrons que les marques sont des acteurs majeurs dans la formation de la subjectivité de classe.

Delphine DION est professeur associée à l'ESSEC Business School où elle enseigne le marketing du luxe. Ses recherches portent sur les stratégies de marque et l'expérience client dans le secteur du luxe. Elle a publié dans des revues scientifiques de premier plan telles que *Journal of Marketing*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of Retailing* ou encore *Journal of Business Research*. Elle est membre du comité éditorial de cinq revues scientifiques, notamment *Journal of Consumer Research* et *International Journal of Research in Marketing*. Elle est titulaire d'un Doctorat ès Sciences de Gestion et d'une Habilitation à Diriger des Recherches de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

PROJET BLANC

LE PROJET BLANC EST UN PROJET DE RECHERCHE OU D'ENSEIGNEMENT QUI SE DISTINGUE PAR SA RIGUEUR, SON ASPECT INNOVANT, SON ORIGINALITÉ ET UN FORT POTENTIEL D'IMPACT ACADÉMIQUE ET/OU SOCIÉTAL.



Ping-Sheng KOH

Professeur

Département

Comptabilité et

Contrôle de Gestion

Campus ESSEC Asie-Pacifique

It is a great honor to be awarded the 2018 ESSEC Foundation White Project. I would like to thank the ESSEC Foundation for supporting this award.

This research project seeks to advance our understanding of how firms manage knowledge spillovers, how competitors react and seek to build absorptive capacity, and how these strategic interactions influence firm disclosure choices as part of their overall knowledge management strategy.

Understanding both the natures and channels of knowledge spillovers has significant implications. In relation to innovation or knowledge management, such insights enable firms to put in place appropriate corporate policies and practices to minimize the negative effects of knowledge spillovers while better capture their benefits. This could free up valuable scarce resources and create slack for more productive investments to facilitate firm growth. Similarly, this project seeks to enhance our understanding of how firms can better manage their intellectual property. More broadly, better understanding of knowledge spillovers can inform regulators on the appropriate regulatory interventions that can discourage the negative effects of spillovers while maximizing their positive externalities.

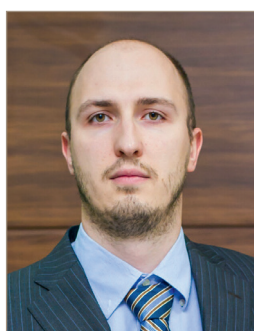
Overall, this research project speaks to multiple disciplines such as accounting, finance, economics and management. It aims to enhance our understanding of knowledge diffusion and thus influencing corporate and regulatory policies. It serves to advance the ESSEC strategy to increase the school's research excellence and international standing through impactful research by addressing a fundamental problem critical to all knowledge-based economies. Finally, it forms part of ESSEC research excellence in the Singapore campus.

Ping-Sheng KOH is a Professor of Accounting at the ESSEC Business School. He joined from the Hong Kong University of Science and Technology (HKUST). His research interests concentrate in the areas of corporate disclosures (esp. R&D disclosure), corporate governance, CSR and the use of information in corporate strategy. He publishes in top academic journals across multiple disciplines including the Journal of Accounting and Economics, Management Science, Strategic Management Journal and Organization Science. He has won two best manuscript awards and has among the highest research impact among newly promoted accounting full professors in European and Asian schools that rank in the world's Top-50 research schools. Ping-Sheng's teaching centers on financial accounting and has received numerous teaching excellence recognitions at HKUST, including the finalist for the Michael G. Gale Medal for Distinguished Teaching (the highest teaching excellence award for individual faculty at HKUST) and the winner of the Franklin Prize for Teaching Excellence in the MBA Required Course (the highest HKUST Business School teaching excellence award for individual faculty). At ESSEC, he teaches in the executive education, EMBA, Global MBA, Advanced Masters, MS and Global BBA programs.



PRIX DE LA THÈSE PhD

DÉCERNÉ TOUS LES DEUX ANS, CE PRIX A POUR OBJECTIF DE RÉCOMPENSER LA QUALITÉ DES RÉSULTATS DE RECHERCHE PRODUITS PAR UN(E) ÉTUDIANT(E) PHD DANS SA THÈSE RÉALISÉE SOUS LA DIRECTION D'UN (OU PLUSIEURS) PROFESSEUR(S) DE L'ESSEC.



Anatoli COLICEV

*Assistant Professor
Marketing
Nazarbayev University
Graduate School of
Business*

Valuing Social Media, PhD dissertation Anatoli Colicev

Recent years have seen a pronounced upsurge in popularity of social media among academics and practitioners alike. Effective social media marketing is becoming the holy grail of marketing analytics and gaining a top priority on chief marketing officers' (CMO) agendas. In this respect, academic literature has started to explore the value-relevant consequences of social media. Recent editorials in top marketing journals have called for studies that show the return on investment on social media (ROISM). Given, that companies have been plagued for years with demonstrating ROISM, academia is presented with an opportunity to solve this business dilemma.

I structure this dissertation in three articles that serve the common objective: demonstrate ROISM. The complexity of this objective lies in the multitude of ways in which ROISM can be measured. The goal of executive suite is to show that multiple performance metrics are sensitive to investments. For example, the Chief Financial Officer (CFO) can warrant more investments in social media (or any marketing asset) only if such investments lead to higher financial value. Thus, in Essay 1, I explore how social media affects brand value. The main finding from Essay 1 is that social media does lead to higher brand value, but only if it affects consumers first. This finding becomes particularly relevant for the CMO who needs to show that social media leads to higher consumer-oriented metrics. To address this point, in Essay 2, I analyse the nuanced paths and explanations of the impact of social media on consumers. I find that brand-driven social media conversations affect brand awareness but not purchase intent and satisfaction. In contrast, consumer driven conversations (e.g. videos on YouTube) are more authentic and impactful on the consumer mind-set from awareness, to purchase to satisfaction. At this point, the CEO might wonder whether social media marketing can provide increase shareholder value. To address this point, in Essay 3, I show that social media impacts stock market returns and risk.

Overall, this dissertation shows the value relevance of social media using rich datasets, employing different methodologies and providing a fruitful future research agenda. Thus, executive suite can now have evidence of ROISM while academics should continue exploring the changing nature of marketing channels.

Anatoli COLICEV is currently an Assistant Professor in Marketing at Nazarbayev University Graduate School of Business. Anatoli's research interests lie in the area of marketing-finance interface, big data, social media marketing and word-of-mouth. His work has appeared in journals such as Journal of Marketing, International Journal of Production Economics, Service Science, JOEPP and Marketing Science Institute Report Series. Anatoli obtained his PhD degree in Decision Sciences and Statistics at ESSEC Business School in 2016. He holds bachelor and master's degrees in Economics and Finance from University of Cagliari. Anatoli has a diverse international background and speak fluently 4 languages.

PRIX DE LA THÈSE PhD

Les directeurs de thèse



Vincenzo

ESPOSITO VINZI

Directeur Général
ESSEC Business School

Vincenzo ESPOSITO VINZI est Directeur Général du Groupe ESSEC depuis janvier 2018, après avoir été Directeur Général par intérim de mai à décembre 2017. Né en 1970, il a été Professeur de Statistique à l'Université Federico II de Naples en Italie, professeur invité et conférencier dans de nombreuses universités et centres de recherche à travers l'Europe, les Etats-Unis et l'Asie. Il est Docteur en Statistique de l'Université Federico II de Naples, et a également un Master en économie et gestion d'entreprise. En 2002, il fait ses premiers pas à l'ESSEC en tant que professeur de statistique « visitant », dans le cadre d'un échange avec son université et rejoint définitivement l'ESSEC en 2007, attiré par son esprit entrepreneurial. Elu en décembre 2011 à la fonction de Doyen des Professeurs par l'ensemble du Corps Professoral Permanent, il est réélu pour un second mandat en 2015 avec 93% des voix. Membre du Comité Exécutif de l'ESSEC en tant que Directeur Général Adjoint aux Affaires Académiques depuis 2011, il était responsable de la gestion et du développement du corps professoral. Reconnu à l'international pour son expertise, il est l'auteur d'environ 80 ouvrages et articles scientifiques publiés dans des revues internationales sur des thèmes allant du Big Data au Business Analytics, et qui totalisent plus de 7 000 citations. Entre 2012 et 2015, Vincenzo Esposito Vinzi a été Président de la Société internationale de la statistique pour l'industrie et le business (ISBIS).

(Vincenzo Esposito Vinzi n'a pas pris part au vote pour la désignation du lauréat du prix de la thèse PhD)



Peter O'CONNOR

Professeur,
Département Systèmes
d'Information,
Sciences de la Décision
et Statistiques (IDS)
Responsable du
Département Systèmes
d'Information,
Sciences de la décision
et Statistiques

Peter O'CONNOR, teaches on a variety of MSc and Executive Education programs at ESSEC. His research interests focus on e-commerce particularly in the hospitality and travel sectors. Based on his work, he has authored two leading textbooks on technology in the hospitality business, *Using Computers in Hospitality* (now in its fourth edition) and *Electronic Information Distribution in Hospitality and Tourism Industries*, as well as numerous articles in both the trade and academic press. He was awarded the prestigious best paper award at the 2002 ENTER Information Technology in Tourism conference and also at the 2005 International Conference on Services Management. Peter has served as a Visiting Professor at the Cornell University School of Hotel Administration in 2002 and is very active as a consultant in the field of hotel electronic distribution.



À PROPOS DE LA FONDATION ESSEC

Créée en 2011 par 4 Alumni avec le soutien de l'École, la Fondation ESSEC est placée sous l'égide de la Fondation de France. La Fondation se mobilise pour promouvoir les talents, soutenir l'excellence académique, accompagner le rayonnement international, et ainsi contribuer au développement pérenne de l'ESSEC.

MERCI : Grâce à chaque donateur, la Fondation apporte un soutien de plus en plus important au développement de l'ESSEC



Total des dons collectés en 2017



Évolution des dons 2017/2016



Évolution du montant du don moyen en 2017/2016



Bourses sociales

La Fondation ESSEC œuvre pour que le financement des études ne soit jamais un obstacle pour entrer à l'ESSEC. « La bourse que j'ai reçue m'a permis d'envisager de façon différente mon avenir. C'est un soutien précieux pour envisager et réaliser mon objectif professionnel ».

Afsaneh Samet Tehrani, étudiante en 3^e année, Grande École.

- **240** bourses sociales attribuées en 2017 : 50% aux étudiants du Global BBA, 50% aux étudiants de la Grande École.



Projets prioritaires de l'École (libre affectation du don)

Exemples :

Crossknowledge et digital :

- 1 seul contenu pédagogique sur 3 campus en simultané (séminaire *Business Intelligence Module*). Complémentarité d'un enseignement virtuel et réel.
- L'ESSEC a conçu le 1^{er} produit pédagogique de formation au management en réalité virtuelle, le *Management Game 360°* : une innovation pédagogique de développement de compétences comportementales.



Fonds capitalisé

La Fondation ESSEC joue un rôle primordial pour accompagner l'École sur le long terme. En abondant le fonds capitalisé, les donateurs permettent à l'École de mettre en œuvre sur le long terme ses choix stratégiques en matière de développement international, immobilier, recherche, enseignement, entrepreneuriat et diversité.

Développement et rayonnement académique

La Fondation ESSEC s'engage aux côtés du corps professoral pour soutenir l'excellence académique et promouvoir l'expertise de l'ESSEC en France et à l'international.

Exemples :

- **Prix de la Fondation** : distinguer les travaux de recherche, l'excellence et les pédagogies innovantes du corps professoral de l'ESSEC par la remise annuelle de plusieurs prix de la Fondation.
- **Rayonnement international** : Nouveau campus de Rabat où des étudiants du Global BBA, de la Grande École (track *Doing Business in Africa*) et des programmes locaux ont fait leur rentrée en 2017, tous désireux de s'ouvrir aux multiples opportunités qu'offre le continent africain.



Données arrêtées au 31/12/2017

**Fondation ESSEC
& ESSEC Business School**

3, avenue Bernard Hirsch
CS 50 105 Cergy
95 021 Cergy-Pontoise Cedex - France

Fondation ESSEC

Tél. +33 (0)1 34 43 37 01
<http://fondation.essec.fr>

ESSEC Business School

Tél. +33 (0)1 34 43 30 00
www.essec.fr

