

CURRICULUM VITAE

Jean-Luc Bernard

Chargé de cours
Département de marketing et des systèmes d'information
École de Gestion
Université du Québec à Trois-Rivières

Adresse travail: Département de marketing et des systèmes d'information
Université du Québec à Trois-Rivières
3351, boul. des Forges, C.P. 500, Trois-Rivières
(Québec) G9A 5H7

Adresse civique : 361, Grande Allée
Trois-Rivières (Québec) G9A 7R9
No téléphone : 819-699-1773
Courriel : Jean-Luc.bernard@uqtr.ca

PARCOURS ACADÉMIQUE

DBA	Administration des affaires – marketing	2021-2024
------------	--	------------------

Université du Québec à Trois-Rivières

Titre de la thèse : « La densité omnicanale perçue, une mesure basée sur l'omniprésence, la réciprocité, la similarité d'expérience, la personnalisation et l'hybridation ». Dirigée au départ par Pr. Saeed Shobeiri de l'Université de Sherbrooke et terminée par Pr. David Crête de l'Université du Québec à Trois-Rivières.

DBA	Administration des affaires – marketing	2015-2021
------------	--	------------------

Université de Sherbrooke

M.Sc.	Administration des affaires – marketing	1998-1999
--------------	--	------------------

Université de Sherbrooke

BAA	Administration des affaires – profil marketing	1995-1998
------------	---	------------------

Université du Québec à Trois-Rivières

EXPÉRIENCES EN ENSEIGNEMENT ET EN RECHERCHE

2018-

Assistant de recherche

Université de Sherbrooke et Telug, Assistant de recherche de Saeed Shobeiri

- Réaliser une revue de littérature sur les contextes sociaux de consommation ainsi que l'expérience vécue du consommateur
- Rédiger les trois questionnaires
- Collecter les données
- Analyser les données sur IBM SPSS, AMOS et Smart PLS.
- Préparer les documents de conférence et présenter trois conférences

2008-

Chargé de cours

Université du Québec à Trois-Rivières, Trois-Rivières

- Offrir des cours de marketing :
 - Introduction au marketing – MKA-1001
 - Comportement du consommateur – MKA-1002
 - Communication marketing intégrée – MKA-1011
 - Gestion de la distribution et du commerce de détail- MKA-1010
 - Marketing Numérique – MKA-1013
 - Recherche commerciale – MKA-1008
 - Analytique WEB – MKA-6004
 - Gestion du marketing – ADM-1075
 - Gestion stratégique du marketing – MBA-6008
 - Marketing de projets dans l'entreprise récréative et touristique – SLO-6046
 - Mise en marché de l'innovation – GIP-6015
- Superviser les activités d'application en marketing
 - Stage en marketing - GAE-1033
 - Projet d'application en marketing GAE-1034 et 1035
- Offrir un cours de gestion stratégique du marketing à l'ESIG à Rabat et Casablanca au Maroc
 - Gestion stratégique du marketing – MBA-6008
- Coacher les équipes marketing aux Jeux du commerce
- Coacher les équipes du Happening Marketing
- Rédiger le cas académique marketing – Place à la relève 2014 et 2016
- Réviser des cas académiques marketing – Place à la relève 2021-2022
- Siéger sur un jury de cas académiques marketing – Place à la relève 2018-2021
- Siéger sur les comités paritaires de révision des Exigences de Qualification pour l'Enseignement (EQE) des cours pluri départementaux et de l'École de gestion

- 2016-2020 Formateur et coach**
Cogeco Médias, Trois-Rivières
- Offrir de la formation et du coaching sur une base régulière à l'équipe de vente de Rythme FM 100,1 et du 106,9FM.
- 2015- Enseignant**
Cégep de Trois-Rivières, Trois-Rivières
- Offrir des cours de marketing :
 - Démarrage d'entreprises – 410-5B4-RI
 - Comportement du consommateur – 410-383-RI
 - E-commerce 410-6N4-RI
 - L'entreprise et son client – 410-263-RI
 - Projet de recherche 410-5E3-RI
 - Plan marketing 410-4D4-RI
 - Publicité 410-6K4-RI
 - Recherche marketing et données secondaires - 410-453-RI
 - Initiation à l'administration 401-103-RI
 - Le marketing 410-143-RI
 - Comportement du consommateur 410-383-RI
 - Gestion d'une équipe de vente 410-653-RI
 - Opération d'un centre de distribution 410-575-RI
- 2006-2007 Chargé de cours**
Formation continue Cégep de Trois-Rivières
- Dispenser des cours de merchandising
 - Le merchandising (3)
 - Démarrage d'entreprise (2)

AUTRES EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES PERTINENTES

- 2000-2015 - Directeur du marketing**
Ivanhoé Cambridge / Centre commercial Les Rivières
 Trois-Rivières
- Au cours de ces 15 années, j'ai pris part à d'importants projets dont, le redéveloppement de la propriété en 2001 qui s'est soldé par de très bons résultats et ce, tant au niveau de la circulation, des ventes, des parts de marché que de la contribution de la propriété.
- 2011-2014 Consultant**
P communications Stratégies, Trois-Rivières
- Consultant pour des mandats touchant le marketing, la gestion de portefeuille de produits, la recherche commerciale, la stratégie marketing et la stratégie de communication pour les clients de cette firme.

BOURSES ET MÉRITES ACADÉMIQUES

2025	Bourse de perfectionnement volet formation de courte durée 3,700\$
2024	Bourse accordée par un chercheur 1,000\$
2021	Mention d'innovation à l'enseignement, Cégep de Trois-Rivières
2020	Bourse d'excellence de la candidature au DBA, Université de Sherbrooke, 2,000\$
2017	Bourse de progression au DBA, Université de Sherbrooke, 2 400\$
2016	Bourse d'excellence au DBA, Université de Sherbrooke, 5 000\$
2016	Bourse d'admission au DBA, Université de Sherbrooke, 1 000\$
2015-2017	Bourse de perfectionnement pour la réalisation d'un doctorat en marketing, Université du Québec à Trois-Rivières, 48 000\$
1999	Bourse de la meilleure intervention dans le cadre du M.Sc. Marketing, Université de Sherbrooke, 1 000\$

CHAMPS D'INTÉRÊT

En recherche:

- Distribution omnicanale et son influence sur le comportement du consommateur
- Contextes sociaux de consommation et leur influence sur l'expérience transformative du consommateur
- Passage de commerce de détail à l'ère de la quatrième révolution
- Mesure de la performance des communications marketing

En enseignement :

- Distribution et commerce de détail
- Comportement du consommateur
- Marketing numérique
- Communication marketing
- Méthodologie de recherche

PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL

2023	Smart PLS 4 – École d'été de l'Université de Sherbrooke
2023	Marketing analytics workshop – Association Marketing Theory and Practice (AMTP)
2016	Analyses d'équations structurales AMOS- Centre Interuniversitaire de la Statistique Sociale (CIQSS)
2015	EndNote - Université du Québec à Trois-Rivières

PARTICIPATION À DES COMITÉS DE RÉVISION

2024	Évaluation du volume : Marketing de Cardin et Durocher pour la maison d'édition Chenelière dans le but d'orienter la 6 ^{ième} édition
2024	Révision d'une étude de cas pour le Congrès de l'association des sciences administratives du Canada (ASAC), Division Études de cas
2018	Révision d'une proposition de conférence pour l'Association for Information Systems (AIS) dans le cadre du congrès européen (ECIS) 2018
2018	Révision d'une proposition de conférence pour l'Association Information et Management (AIM) dans le cadre du congrès francophone tenu à Montréal 2018
2017	Évaluation du volume : Le projet de recherche en marketing d'Alain d'Astous pour la maison d'édition Chenelière dans le but d'orienter la 6 ^{ième} édition
2017	Révision d'une proposition de conférence pour l'American Marketing Association (AMA) dans le cadre de la Conférence d'été 2017

PRÉSENTATIONS À TITRE DE CONFÉRENCIER INVITÉ

2018	Orchestrer l'expérience client – Orchestre Symphonique de Trois-Rivières
2018	Recrutement: valeurs et expérience : Comment rendre son programme attractif auprès des milléniaux – Cégep de Trois-Rivières
2017	Mieux comprendre les Numéris afin de mieux conseiller le client- Cogéco Médias
2016	Comprendre les médias pour mieux vendre son produit – Cogéco Médias
2016	Au-delà de la vente, devenir un conseiller stratégique en communication marketing - Cogéco Médias
2014	La démarche de recherche commerciale : de la problématique à l'analyse en passant par le développement de l'outil de mesure - Formation continue de l'Université du Québec à Trois-Rivières
2013	Dépenser ou investir dans sa marque? - Séminaire des cadres de commissions scolaires du Québec
2011	La numérisation des communications des centres commerciaux - Ivanhoé Cambridge
2011	Dépenser ou investir dans sa marque...son nom? - Séminaire de la RBC de l'est du Canada

AUTRES PRIX, DISTINCTIONS ET HONNEURS

2014	Merit award, International Council of Shopping Centre (ICSC), advertising, pour le repositionnement du Centre Les Rivières
2013	Prix Le Chamberland du partenariat avec la communauté de la Chambre de Commerce de Trois Rivières

- 2007 Certification de « Senior Certified Marketing Director », International Council of Shopping Centre (ICSC)
- 2007 Merit award, International Council of Shopping Centre (ICSC), Public relations, pour le défi allaitement
- 2007 Maxi international silver award, International Council of Shopping Centre (ICSC), Public relations, pour le défi allaitement
- 2006 Maple Leaf award, International Council of Shopping Centre (ICSC), Sales promotion pour l'évolution de la plateforme ado
- 2006 Maxi international silver award, International Council of Shopping Centre (ICSC), Sales promotion pour la plateforme ado
- 2005 Maple Leaf award, International Council of Shopping Centre (ICSC), Sales promotion pour la plateforme ado
- 2001 Maxi international gold award, International Council of Shopping Centre (ICSC), Public relations, pour la campagne d'ouverture post rénovation
- 2001 Maple Leaf award, International Council of Shopping Centre (ICSC), grand opening, pour la campagne d'ouverture post rénovation

PRÉSENTATIONS À DES CONGRÈS SCIENTIFIQUES

- Bernard, J.L. (2026), « Perceived omnichannel density (POD), a new measurement based on omnipresence, reciprocity, similarity, personalization and hybridization », Best thesis Award, International marketing Trends Conference IMTC (2026), Berlin (ACCEPTÉ)
- Bernard, J.L. Crête, D., et Shobeiri, S (2026), « capturing omnichannel customer experience: scale development and validation through two large-scale surveys », International marketing Trends Conference IMTC (2026), Berlin (ACCEPTÉ)
- Bernard, J.L. Crête, D., et Shobeiri, S (2025), « Perceived Omnichannel Experience of Retail Customers: A New Scale Development», AMA Winter conference 2025, Phoenix (AZ), (SOU MIS ET PRÉSENTÉ)
- Shobeiri, S. et Bernard, J.L. (2025), « Enhancing Brand Tribalism as An Effective Strategy for Promoting Customer Reciprocity», AMA Winter conference 2025, Phoenix (AZ), (SOU MIS ET PRÉSENTÉ)
- Shobeiri, S. et Bernard, J.L. (2024), « Developing Brand Tribalism by Offering Rich Brand Experiences: A Process Review », AMA Summer conference 2024, Boston (MA), 12 août- 2024
- Bernard, J.-L., El Ourabi, H., Menvielle, W. et Zouiten, S. (2023), La truffière Les Rabassaires. Comment commercialiser un produit d'exception sur un marché en gestation ? », Congrès de l'association des sciences administratives du Canada (ASAC), Division Études de cas, Montréal (Qc), 28 mai-3 juin.

- Shobeiri, S. et Bernard, J.L. (2022), « Could Brand Tribes Facilitate Transformation of Their Members? », The 31st annual meeting of the Association Of Marketing Theory & Practice (AMTP), Hilton Head, (SOU MIS ET PRÉSENTÉ).
- Shobeiri, S. et Bernard, J.L. (2022), « Peer Pyramid: A Spectrum of Customer-Customer Interactions and Their Impacts on Customer Experience », The 17th International Conference of the Academy of Global Business Research and Practice (AGBRP), Dubaï, (SOU MIS ET PRÉSENTÉ)
- Bernard, J.-L. et Shobeiri, S. (2022), « Canaux ou pratiques que considèrent les détaillants québécois dans l'implantation d'une stratégie de distribution omnicanale », Conférence 2018 de l'Administrative Sciences Association of Canada (ASAC), Toronto (ON), (SOU MIS ET PRÉSENTÉ)
- Menvielle, W. et Bernard, J.-L. (2017), « Fromagerie L'Ancêtre - Dégusté dans l'ouest canadien et boudé par les Québécois! », Congrès de l'association des sciences administratives du Canada (ASAC), Division Étude de cas, Montréal (QC), (SOU MIS ET PRÉSENTÉ)
- Bernard, J.-L. (2017), « Réflexion théorique sur les valeurs perçues instrumentales et non instrumentales et l'expérience vécue du consommateur face au tourisme médical selon le type d'intervention », Colloque sur le tourisme médical lors de la conférence 2017 de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS), Montréal (QC), (SOU MIS ET PRÉSENTÉ).

PUBLICATIONS

- Abdellatif, A.H., El Ourabi, H., Mekkaoui, S., Ouboutaib, F. E., Zouiten, S., Menvielle, W., Bernard, J.-L. et Louitri, A. (2025), « Études de cas en marketing des produits du terroir : regards croisés Maroc Québec », ISBN : 978-9920-28-477-6
- Bernard, J.-L. El Ourabi, H., Menvielle, W., et Zouiten, S. (2024), « La Fromagerie l'Ancêtre : Comment bâtir une marque forte au Québec pour une fromagerie biologique? », Recueil d'études de cas en marketing du terroir.
- Menvielle, W., Bernard, J.-L., El Ourabi, H., et Zouiten, S. (2024), La truffière Les Rabassaires. Comment commercialiser un produit d'exception sur un marché en gestation ? », Recueil d'études de cas en marketing du terroir.
- Bernard, J.-L. (2017), « The experience economy and the retail brand », DTLQC (2016), Conseil Canadien du Commerce de Détail, Canadian Retailer.
- Menvielle, W. et Bernard, J.-L. (2017), « Fromagerie l'Ancêtre, comment développer sa notoriété au Québec ? », M1957, Étude de cas déposée à la Centrale des Cas et des Médias Pédagogiques de Paris - CCMP

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

2024-	Président du Club de Patin Artistique de Trois-Rivières (CPATR)
2014	Comité de réflexion sur les communications multicanales, Ivanhoé Cambridge
2011-2014	Québec Operation Chair, International Council of Shopping Centre (ICSC)
2011-2013	Comité organisateur de la conférence du Québec, International Council of Shopping Centre (ICSC)
2009	Mémoire en faveur de l'achat de Corus par Cogeco dans une perspective mauricienne
2009	Comité de révision des coûts d'opération, Ivanhoé Cambridge
2008-2014	Comité organisateur de la conférence de la ville de Québec, International Council of Shopping Centre
2008-2014	Comité organisateur de la conférence marketing du Québec, International Council of Shopping Centre
2008	Comité des partenariats nationaux, Ivanhoé Cambridge