
Isabelle DECOOPMAN

**INNOVATION Academy
Lille**

CV

Skills & Interests

Languages

French
English

Expertise

Open Business Models, Generational Marketing, Expert in Web 2.0 and Business Model (APM - Association Progrès Management)

International Interests

Europe

Qualification

Scholarly Academic

Academic Degrees

Maitrise Institut d'Administration des Entreprises – Université de Lille 1, Option Finance Contrôle, --N/A--.

Master Institut d'Administration des Entreprises – Université de Lille 1, Diplôme d'Etudes Supérieures Spécialisées Audit Contrôle, --N/A--.

Master Université de Lille 2 – Ecole Supérieure des Affaires, Lille, France, DEA en Sciences de gestion, --N/A--.

Other Institut d'Administration des Entreprises – Université de Lille 1, Titre d'Ingénieur et Maître des Universités, --N/A--.

Doctorat Université de Lille, Lille, France, Doctorat ès Sciences de Gestion, 2008.

Work Experience

Associate Professor, SKEMA Business School (2011 - Present), Lille, France.

Programm Director, SKEMA Business School (2009 - 2011), Lille, France.

Assistant Professor of Strategy, SKEMA Business School (2008 - 2009), Lille, France.

Professor of Strategy and Finance, Institut Supérieur d'Electronique du Nord (Ecole d'Ingénieur ISEN) (2002 - 2008), Lille, France.

Professor of Strategy and Finance, Institut Catholique d'Arts et Métiers (Ecole d'Ingénieur ICAM) (2002 - 2008), Lille, France.

Administrative and Finance Manager, Sedpac SA (1991 - 2000), Unkown, France.

Sales Manager and Business Assistant, Groupe L'Oreal – Laboratoires Garnier (1984 - 1991), Unkown, France.

Intellectual contributions

Articles in Journals

Decoopman, I. & Djelassi, S. (2016). Innover via le crowdsourcing interactif : nécessité de penser objets-frontières ? *Recherches et Applications en Marketing*, 31 (3), 131-152.

Decoopman, I. & Gentina, E. (2013). La propension des mères à échanger des vêtements avec leur fille adolescente : quelles conséquences pour le marketing ? *Décisions Marketing*, 70, 75-90.

Djelassi, S. & Decoopman, I. (2013). Customers participation in product development through crowdsourcing: Issues and implications. *Industrial Marketing Management*, 42 (5), 683-692.

Gentina, E., Decoopman, I., & Ruvio, A. (2013). Social Comparison Motivation of Mothers' with their Adolescent Daughters and its

Effects on the Mother's Consumption Behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20 (1), 94-101.

Gentina, E., Sakashita, M., Kimura, J.Y., & Decoopman, I. (2013). How national culture affects sharing practices: French versus Japanese daughters and mothers. *European Advances in Consumer Research Journal*, 10, 1-4.

Decoopman, I., Gentina, E., & Fosse-Gomez, M. (2010). La confusion des générations ? Les enjeux identitaires des échanges vestimentaires entre les mères et leur fille adolescente. *Recherches et Applications en Marketing*, 25 (3).

Articles in Proceedings

DECOOPMAN, I., DJELASSI, S., CAMBIEZ, F., & PONCIN, I. (in press, 2017). La non participation au crowdsourcing créatif : A la recherche du sens. *Congres AFM 2017*.

DECOOPMAN, I. & DJELASSI, S. (in press, 2016). Les facteurs de non participation au crowdsourcing créatif : quid des professionnels et des non professionnels du monde de la création ? *Congrès AFM 2016 Lyon*.

Gentina, E., Kimura, J.Y., Sakashita, M., & Decoopman, I. (2013). Sharing from social comparison theory perspective: a cross-cultural study of French and Japanese adolescent daughters' mothers. *EMAC - European Marketing Academy Conference*.

Gentina, E., Sakashita, M., Kimura, J.Y., & Decoopman, I. (2013). How national culture affects sharing practices: French versus Japanese daughters and mothers. *European Advances in Consumer Research*.

Decoopman, I., Gentina, E., & Fosse-Gomez, M. (2011). Confusion des Générations? Identity issues around exchange of clothing between mothers and their adolescent daughters. *Academy of Marketing Annual Conference*.

Chapters, Cases, Readings, Supplements

Decoopman, I. (2014). le marketing générationnel et le rapport mères-filles. In Dunod (Ed.), *L'art du Marketing to Women » On a assassiné la ménagère ! Marie Laure Sauty de Chalon et Benjamin Smadja* (pp. 48-53). DUNOD.

Conference Presentations

Decoopman, I. (2015). *Atelier et Séminaire de créativité : co-création Business Models Innovants au profit de l'association des Femmes Chefs d'Entreprise*. Lieu de la rencontre Fusée Skema (présence de 45 dirigeantes), Lille, France.

Decoopman, I. & Djelassu, S. (2015, May). *Les facteurs de non-participation au crowdsourcing créatif : quid des professionnels et des non-professionnels du domaine de la création ?* Congrès de l'Association Française de Marketing, Marrakech, Morocco.

Decoopman, I. (2015, May). *L'impression 3D et l'entreprise : reconfiguration de l'activité et des modèles économiques ?* CCI Nord Pas de Calais, Lille, France.

Decoopman, I. (2014). *Consumer Power*. conférence au salon de la VAD Conext : pouvoir du consommateur- 22 octobre, Lille, France.

Decoopman, I. (2014, November). *Ces nouveaux business models, créateurs de valeur et porteurs d'innovation*. congrès professionnel Cité du Management, -, France.

Decoopman, I. (2014, November). *Crowdsourcing & Business : mythe ou réalité ?* SKEMA - La Fusée (partenariat Beez and Co), Lille, France.

Gentina, E., Kimura, J.Y., Sakashita, M., & Decoopman, I. (2013). *Sharing from social comparison theory perspective: a cross-cultural study of French and Japanese adolescent daughters' mothers*. EMAC - European Marketing Academy Conference, Istanbul, Turkey.

Gentina, E., Sakashita, M., Kimura, J.Y., & Decoopman, I. (2013, July). *How national culture affects sharing practices: French versus Japanese daughters and mothers*. *European Advances in Consumer Research*, Barcelona, Spain.

Decoopman, I. & Gentina, E. (2012, June). *Marketing Générationnel, Marketing d'Adaptation?* Conférence Marketing & Business, Lille, France.

Decoopman, I., Gentina, E., & Fosse-Gomez, M. (2011). *Confusion des Générations? Identity issues around exchange of clothing between mothers and their adolescent daughters*. *Academy of Marketing Annual Conference*, Reims, France.

Decoopman, I. (2009). *Comptoirs des Cotonniers : développement d'une mesure de la propension à l'échange des mères d'adolescentes*. Congrès de l'Association Française de Marketing, London, United Kingdom.

Decoopman, I. (2009). *Les similarités de comportements vestimentaires mère-fille : mise en exergue de mécanismes de comparaison interpersonnelle dans un contexte de féminité partagée*. Analyse du discours maternel, 8ème Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Normandy, France.

Decoopman, I. (2006). *Les comportements de consommation meres-filles, enjeux identitaires dans le discours maternel*. Congrès de l'Association Française de Marketing, Nantes, France.

Other Research

2014: Decoopman, I., *Marketing Magazine n° 180 novembre 2014* « La consommation participe de plus en plus à la construction identitaire ». [Applied or Integrative/application Scholarship]

2013: Decoopman, I. & Gentina, E., *L'impact marketing sur les marques du partage de vêtements entre mère et fille*. Les Echos

[Basic or Discovery Scholarship]

2013: Decoopman, I. & Gentina, E., *"J'échange mes vêtements avec mon adolescente : qu'en pense le marketing ?"*. E-Marketing

[Basic or Discovery Scholarship]

2013: Decoopman, I. & Gentina, E., *"Refonder l'entreprise"*, ouvrage lauréat du prix de la recherche en management. Le Monde

[Basic or Discovery Scholarship]

2013: Decoopman, I. & Gentina, E., *Marketing : deux enseignantes de Skema récompensées*. La Voix du Nord

[Basic or Discovery Scholarship]

2013: Decoopman, I. & Gentina, E., *Un dressing commun mère-fille : est-ce vraiment une bonne idée ?* Grazia

[Basic or Discovery Scholarship]

Professional Memberships

APM Association Progrès Management, 6

Member of AFM, 2012

Member of Association Française du Marketing, 2011