



**Claude Luce C. Pecheux, PhD**

Professeur – Spécialité : Marketing

Tél.: + 33 (0)3 20 15 45 00

Fax: + 33 (0)3 20 15 45 01

E-mail : [claud.pecheux@edhec.edu](mailto:claud.pecheux@edhec.edu)

## EDUCATION

---

- 02/2001 **Doctorat en Sciences de Gestion**, Facultés Universitaires Catholiques de Mons (FUCaM)
- 12/98-12/99 **Doctorante invitée**, Université de Floride, Warrington College of Business Administration
- 06/94 **Licence en Sciences Economiques Appliquées**, Facultés Universitaires Catholiques de Mons (FUCaM), Grande Distinction.

## EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

---

- 09/21- **Head of external and professional lecturers** - EDHEC Business School
- 09/16- **Professeur de Marketing** - EDHEC Business School (Lille)
- 10/09-08/16 **Professeur** - Université Catholique de Louvain (Mons), Louvain School of Management
- 02/16-05/16 **Chercheur en résidence** - Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (Bruxelles),
- 2001-2009 **Chargée de cours** - Facultés Universitaires Catholiques de Mons (FUCaM) Management (LSM)
- Professeure invitée** - Université de Lille 1 (IAE de Lille); Université Saint-Louis à Bruxelles; Université de Paris 1 Sorbonne-Panthéon, Université de Paris 2 Panthéon-Assas, Université de Namur et Université Catholique de Leuven.
- 1998-2001 **Doctorante**, boursière CIM - Collège Interuniversitaire pour les sciences du Management, Bruxelles
- 1995-2001 **Assistante** - Laboratoire d'Analyse du Comportement du Consommateur marketing, Facultés Universitaires Catholiques de Mons

## PRIX ET RECOMPENSES

---

- Prix d'excellence pédagogique, EDHEC (2016, 2019, 2021).
- "LSM Best Education Award 2014", prix récompensant la meilleure initiative pédagogique de l'année.
- Meilleure proposition de thèse", 11ième Colloque Doctoral de l'EMAC (European Marketing Academy), Stockholm 18-20 mai 1998. *Classée première des 33 candidats européens.*
- Bourse du CIM (Collège Interuniversitaire pour les sciences du Management, Bruxelles), octobre 1998-octobre 2001. *Classée première des 7 candidats belges francophones et néerlandophones.*

## MOOC

---

Co-créatrice du MOOC *Louv11x Découvrir le Marketing sur edX.*

<https://www.edx.org/course/decouvrir-le-marketing>

## PUBLICATIONS

---

599 citations sur Google scholar; indice h = 12; indice i10 = 15

### Revue scientifique

- Denis, Etienne, Pecheux, Claude & Warlop, Luk (2020). When Public Recognition Inhibits Prosocial Behaviors, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, March.
- Denis, Etienne, Pecheux, Claude & Decrop, Alain (2017). Segmenting the Belgian charitable sector: The impact of environmental factors on households' generosity, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol 23, n°3, 1-9.
- Charry, Karine, De Pelsmacker, Patrick & Pecheux, Claude (2015). How does perceived effectiveness affect adults' ethical acceptance of anti-obesity threat appeals to children ? When the going gets tough, the audience gets going, *Journal of Business Ethics*, octobre, vol. 124, issue 2, 243-257.
- Charry, Karine, De Pelsmacker, Patrick & Pecheux, Claude (2013). How does perceived effectiveness affect adults' ethical acceptance of anti-obesity threat appeals to children ? When the going gets tough, the audience gets going, *Journal of Business Ethics*, publié en ligne.
- Van Malderen, Laurent, Jourquin, Bart, Pecheux, Claude, Thomas, Isabelle, Van de Vijver, Elien, Vanoutrive, Thomas, Verhetsel, Ann & Witlox, Frank (2013). Exploring the profession of mobility manager in Belgium and their impact on commuting, *Transportation Research. Part A: Policy & Practice*, 55, 46-55.
- Charry, Karine & Pecheux, Claude (2011). Enfants et promotion de l'alimentation saine: étude de l'efficacité de l'utilisation de menaces en publicité, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 26 (2), 2-28.
- Geuens, Maggie, Pecheux, Claude, Vermeir, Iris & Fasseur, Tine (2010). Co-branding in Advertising : the issue of category need and image fit, *Latin-America Advances for Consumer Research*, eds. Claudia R. Acevedo and Jose Mauro C. Hernandez and Tina M. Lowrey, Duluth, MN : Association for Consumer Research, vol. 2 (1), 133-134.

- Charry, Karine & Pecheux, Claude (2008). Enfance, alimentation et publicité : quels rôles pour le marketing ?, *Reflets et Perspectives de la vie économique*, 2, 9-17.
- Decrop, Alain, Pecheux, Claude & Bauvin, Géraldine (2007). La prise de décision dans les groupes d'amis : une étude exploratoire, *Recherche et Applications en Marketing*, 22 (2), 1-19.
- Geuens, Maggie & Pecheux, Claude (2006). Co-Branding - Het belang van imago en product overeenkomst, *Jaarboek Marketing*, 197-202.
- Pecheux, Claude, Derbaix, Christian & Poncin, Ingrid (2005). The control of commercials targeting children:
  - an experiment to investigate context effects, *European Advances for Consumer Research*, in K. Ekstrom and H. Brembeck (eds.), vol. 7, Goteborg, Sweden: Association for Consumer Research, 444-453.
- Derbaix, Christian, Pecheux, Claude & Gyssels, Corinne (2005). Présence de pairs dans une annonce publicitaire : le cas des enfants de 8 à 12 ans, *Recherche et Applications en Marketing*, 20 (4), 3-27.
- Decrop, Alain, Pecheux, Claude & Bauvin, Géraldine (2004). Let's make a trip together: an exploration into decision-making within groups of friends, *Advances in Consumer Research*, in Kahn, B. and Luce, M-F. (eds), vol. 31 (1), 291-297.
- Derbaix, Christian & Pecheux, Claude (2003). A new scale to assess children's attitude toward TV advertising, *Journal of Advertising Research*, 43 (4) 390-399.
- Pecheux, Claude (2002). Lessons learned: new methods for research with children, *Advances in Consumer Research*, Broniarczyk, S.M. and Nakamoto, K. (eds.), vol. 29 (1), 529-530.
- Pecheux, Claude & Derbaix, Christian (2002). Children's reactions to advertising communication: multiple methods, moderating variables and construct validity issues, *Advances in Consumer Research*, Broniarczyk, S.M. and Nakamoto, K. (eds.), vol. 29 (1), 531-538.
- Pecheux, Claude & Derbaix, Christian (2002). L'attitude de l'enfant envers une nouvelle marque : de la nécessité d'une phase de fixation ?, *Recherche et Applications en Marketing*, 17 (3), 63-79.
- Pecheux, Claude & Derbaix, Christian (1999). Children's attitude toward the brand : a new measurement scale, *Journal of Advertising Research*, 39 (4), 19-28.
- Derbaix, Christian & Pecheux, Claude (1999). Mood and children : proposition of a measurement scale, *Journal of Economic Psychology*, 20 (5), 571-591.
- Derbaix, Christian, Blondeau, Sarah & Pecheux, Claude (1999). L'enfant et l'attitude envers l'annonce publicitaire : mise en oeuvre du construit et précisions conceptuelles, *Recherche et Applications en Marketing*, 14 (3), 23-39.
- Derbaix, Christian & Pecheux, Claude (1997). L'implication et l'enfant : proposition d'une échelle de mesure, *Recherche et Applications en Marketing*, 12 (1), 47-68.

## Chapitres d'ouvrages

- Pecheux, Claude (2015). Vincent Delerm et le « name dropping ». *Les artistes et les marques*, Dunod, mars 2015.
- Charry, Karine, Kindt, Marie, Pecheux, Claude & Rodhain, Angélique (2012). L'élargissement du Marketing à destination des enfants : le marketing social et le marketing de l'art et de la culture. In *Kids Marketing 2*, EMS éditions, 449-488.
- Guichard, Nathalie & Pecheux, Claude (2012). Les enfants et la Publicité. *Kids Marketing 2*, EMS éditions, 289328.

- Guichard, Nathalie & Pecheux, Claude (2007). Les enfants et la Publicité. In *Kids Marketing*, EMS éditions, 233-274.
- Derbaix, Christian & Pecheux, Claude (2006). Advertising targeted towards children : are legal controls effective ? The case of Belgium. In Solomon, Bamossy, Askegaard & Hoog, *Consumer Behavior : an European perspective*, Harlow England: Prentice Hall, 487-489.
- Derbaix, Christian & Pecheux, Claude (2006). Les mineurs, une ou plusieurs cibles ? *Les pratiques publicitaires à la télévision – Quelques questions*, Ministère de la Communauté française de Belgique, 3039.
- Collaboration à *Persuasion, la Théorie de l'Irrationalité Restreinte*, coordonné par Christian Derbaix et Pierre Gregory, Economica, 2004.

### Cas pédagogiques

- Pecheux Claude (2021), Comment introduire une routine détox chez le consommateur : le cas des compléments alimentaires SUPERDIET, CCMP.
- Pecheux Claude (2020), Le Doc Riders Challenge de Médecins du Monde : quelle communication pour un événement sportif de collecte de fonds, CCMP.
- Pecheux Claude, Deforce Lily and Lambert, Nicolas (2018), Max Havelaar becomes Faire Trade Belgium, CCMP.

### ACTES DE CONGRES

---

- Denis E. & Pecheux C. (2018), The influence of personal actions on generosity to charitable organizations, Global Marketing Conference, Tokyo (Japan), July.
- Denis, Etienne & Pecheux, Claude (2018), *I misbehaved So I give, I did good so I do not: the impact of past deeds on charitable donations*, Academy of Marketing Science, AMS 21<sup>th</sup> World Marketing Congress, Porto, June.
- Denis, Etienne, Pecheux, Claude et Warlop, Luk (2017). When social recognition inhibits prosocial behaviors: The case of charitable giving. Academy of Marketing Science, AMS 20th World Marketing Congress, Christchurch (New Zealand), July.
- Denis, Etienne & Pecheux, Claude (2017), When social recognition inhibits prosocial behaviors: the case of charitable giving, Business and Society Research Seminar, 7th edition, Lille (France).
- Pecheux, Claude & Damay, Coralie (2016). Visual cues on products to induce healthy food choices among children from 8 to 12, *19ième conférence mondiale de l'Academy of Marketing Science*, Paris, juin.
- Pecheux, Claude & Hanot, Muriel (2016). Product placement in family TV shows : a need for more legal constraints ? , *19ième conférence mondiale de l'Academy of Marketing Science*, Paris, juin.
- Denis, Etienne & Pecheux, Claude (2016). Charitable giving: toward an understanding of egoistic motives, *19ième conférence mondiale de l'Academy of Marketing Science*.
- Denis, Etienne & Pecheux, Claude (2015). Charitable giving: an exploratory analysis of Belgian donators, *Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*, Angers, 26 et 27 novembre.
- Pecheux, Claude & Pleyers, Gordy (2012). Are visual elements on products efficient to tell about the healthy dimension of aliments ? Two experiments to test their impact on children's taste anticipation and evaluation, *41ième Conférence de l'European Marketing Academy (EMAC)*, Lisbonne (Portugal), 22-25 mai.

- Charry, Karine, Pecheux, Claude & De Pelmacker, Patrick (2012). Threat appeals for children in the promotion of healthy food : do parents and/or professionals trade off ethical acceptance for effectiveness ?, *41ième Conférence de l'European Marketing Academy (EMAC)*, Lisbonne (Portugal), 22-25 mai.
- Kindt, Marie & Pecheux, Claude (2011). La visite scolaire au musée d'art : approche interprétative de l'expérience des enfants de 8 à 12 ans, *27ième Congrès de l'Association Française du Marketing*, Bruxelles, 18-20 mai.
- Gherbi, Mehdi, Pecheux, Claude & Rigaux-Bricmont, Benny (2010). Raconter des histoires aux adolescents dans les mondes virtuels. Vers une échelle de mesure multimédia du phénomène de transportation, *26ième Congrès de l'Association Française du Marketing*, Le Mans, mai.
- Charry, Karine & Pecheux, Claude (2010). Threat appeals for non-profit advertisements of healthy food to children: impact of repetition on both effectiveness and ethical concerns, *39ième Conférence de l'European Marketing Academy (EMAC)*, Copenhague (Danemark), 1-4 juin.
- Pecheux, Claude (2009). Marketing non marchand et jeunes consommateurs : présentation de différents domaines d'application et de recherche, *Colloque international « Marketing non-marchand : nouvelles perspectives »*, Université Laval, Québec, 7 et 8 mai.
- Charry, Karine & Pecheux, Claude (2008). Children, obesity and advertising: two experiments to investigate the way to promote healthy food habits, *37ième Conférence de l' European Marketing Academy (EMAC)*, Brighton (UK), 27-30 mai.
- Charry, Karine & Pecheux, Claude (2008). Children and food: 2 experiments to investigate efficient promotion of healthy eating habits among 8 to 12 year-olds, *6ième International workshop on Consumer Behavior and Food Marketing*, Middelfart (Danemark), 9-10 avril.
- Pecheux, Claude (2007). Etude de l'enfant-consommateur : spécificités méthodologiques, *Journée d'étude sur le thème « Ecoute des marchés : méthodes et résultats »*, IAE Strasbourg, France, 7 décembre.
- Pecheux, Claude, Derbaix, Christian & Charry, Karine (2006). Enfants, Alimentation et Obésité : quels rôles pour la Publicité ?, *Actes du 22ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, vol. 11, Nantes, mai.
- Derbaix, Christian, Pecheux, Claude & Gyssels, Corinne (2005). Impact de la présence de pairs dans une annonce publicitaire : le cas des enfants de 8 à 12 ans, *Actes du 21ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Nancy, 19-20 mai.
- Leheut, Emerence & Pecheux, Claude (2005). La stratégie d'alliances de marques dans les publicités pour enfants : une démarche expérimentale pour étudier son efficacité, *Actes du 21ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Nancy, 19-20 mai.
- Decrop, Alain, Pecheux, Claude & Bauvin, Géraldine (2004). La prise de décision dans les groupes d'amis : une étude exploratoire, *3ièmes Journées Normandes de la Consommation*, Rouen, 11-12 mars.
- Pecheux, Claude & Derbaix, Christian (2003). The control of commercials targeting children : an experiment on the impact of context, *32ième Conférence de l'European Marketing Academy (EMAC)*, Glasgow (UK), mai.
- Pecheux, Claude & Derbaix, Christian (2003). Le contrôle de la publicité destinée aux enfants : une démarche expérimentale pour étudier les effets de contexte, *Actes du 19ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Tunis, mai.

- Geuens, Maggie, Pecheux, Claude & Mast, Gitte (2002). Co-branding in Advertising: a content analysis of Belgian print ads, *Actes de la 7ième Conférence on Corporate and Marketing Communications*, Anvers, 2930 avril, 92-94.
- Pecheux, Claude & Derbaix, Christian (2001). Children's reactions to advertising communication: multiple methods, moderating variables and construct validity issues, *conférence de l'Association for Consumer Research*, Austin (USA), 10-14 octobre.
- Pecheux, Claude (2000). Children's reactions to advertising communication: stability and moderators of the attitude toward the ad-attitude toward the brand-behavior sequence, *29ième Conférence de l'European Marketing Academy (EMAC)*, Rotterdam, 23-26 mai.
- Derbaix, Christian & Pecheux, Claude (2000). Des outils pour comprendre l'enfant-consommateur : bilan de 5 années de recherche, *Actes du 16ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Montréal, 19-20 mai, 11-26.
- Pecheux, Claude (1998). Children's reactions to advertising communication: stability and moderators of the attitude toward the ad – attitude toward the brand relationship, *11ième Colloque Doctoral de l'European Marketing Academy (EMAC)*, Stockholm, 18-20 mai.
- Pecheux, Claude & Derbaix, Christian (1998). Children's attitude toward the brand : proposition of a measurement scale, *27ième conférence de l'European Marketing Academy (EMAC)*, Stockholm, mai.
- Pecheux, Claude (1997). Esquisse d'un modèle de l'enfant-consommateur », *Journée de recherche en Marketing : Apports et limites des équations structurelles pour modéliser la persuasion publicitaire*. Université de Paris 1-Panthéon Sorbonne, 26 mai.
- Derbaix, Christian, Blondeau, Sarah & Pecheux, Claude (1997). L'attitude envers l'année et l'enfant : proposition d'une échelle de mesure, *Actes du 13ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Toulouse, 769-785.
- Pecheux, Claude (1996). Mise au point d'échelles de mesure chez les enfants, *Journée Scientifique Micromégas : Les enfants, quelles méthodologies de recherche en Marketing*, EDHEC, Lille (France), 21 juin.
- Derbaix, Christian, Pecheux, Claude & Plasschaert, Christine (1996). L'humeur et l'enfant : de la nécessité d'une mesure en marketing, *Actes du 12ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Poitiers, mai, 427-444.
- Derbaix, Christian & Pecheux, Claude (1995). L'implication et l'enfant : essai de mise au point d'une échelle de mesure, *Actes du 11ième Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Reims, mai, 377-419.

## COMMUNICATIONS (SEMINAIRES INVITES)

---

- Pecheux, Claude (2015). Méthodologies et études marketing sur les enfants : la recherche peut-elle aider la réglementation ? *Université de Nice*, 6 mars.
- Pecheux, Claude (2013). Product Placements in TV shows targeting children from 8 to 12, *Université Internationale de Monaco*, 21 novembre.
- Pecheux, Claude (2013). The use of experiments in marketing research, *Université Internationale de Monaco*, 21 novembre.
- Pecheux, Claude (2013). Promotion de l'alimentation saine chez les enfants : quels indices visuels apposer sur les produits ?, *Université de Nice*, 21 avril.

- Pecheux, Claude & Charry, Karine (2007). Enfants, Marketing, Publicité et Alimentation : pour un Marketing Social, *Observatoire de la Santé du Hainaut*, 25 octobre.
- Pecheux, Claude & Charry, Karine (2006). Les enfants, l'alimentation et le marketing : résultats d'une qualitative, *CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs)*, Bruxelles, 16 juin.
- Pecheux, Claude (2004). Marketing Communication to Children, *Erasmus University*, Rotterdam, 25 février.
- Pecheux, Claude (2002). Children's Reactions to Advertising Communication, *Université libre d'Amsterdam*, 15 mai.
- Pecheux, Claude (2001). Les réactions de l'enfant à la communication publicitaire : effets modérateurs de l'implication et de l'humeur sur le traitement et l'efficacité publicitaire, *Facultés Universitaires Notre Dame de la Paix*, Namur, 21 novembre.
- Pecheux, Claude (2001). Children's Reactions to Advertising Communication: The moderating impact of involvement and mood on advertising processing and effectiveness, *Vlerick School of Management*, Gand, 4 mai.
- Pecheux, Claude (2000). Children's Reactions to Advertising Communication: Stability and moderators of the attitude toward the ad-attitude toward the brand-brand behavior sequence, *Université catholique de Leuven*, Leuven, 23 novembre.
- Pecheux, Claude (2000). Children's Reactions to Advertising Communication: Stability and moderators of the attitude toward the ad-attitude toward the brand-brand behavior sequence, *Erasmus University*, Rotterdam, 25 septembre.
- Pecheux, Claude (2000). Children's Reactions to Advertising Communication: Stability and moderators of the attitude toward the ad-attitude toward the brand-brand behavior sequence, *HEC-Paris*, 28 juin.
- Pecheux, Claude (2000). The attitude toward the ad-attitude toward the brand-brand behavior sequence among children: first results, *Tilburg University*, 10 mai.

## PRESENCE DANS LES MEDIAS

---

- Nombreuses interventions télévisées ou radio : JT de la RTBF à 13h et 19h30 ; divers JT radio des radios de la RTBF ; émission « Question à la Une » (RTBF) ; émission « Tout s'explique » (RTL) ; émission « Les Niouzz » (RTBF) ; émission « Le Forum de Midi » (RTBF radio) ; émission « Toute autre chose » (RTBF radio), émission « On n'est pas des pigeons » (RTBF).
- Nombreux articles dans la Presse : *La Libre Belgique*, *le Soir*, *L'Echo*, *Vers l'Avenir*, *Imagine*, *Trends Tendances*, etc.

## ENCADREMENT DE DOCTORATS

---

- Direction de la thèse d'Etienne Denis : « Essays on the self-interested determinants of prosocial behaviors : the case of charitable giving », *Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management*, 29 août 2018.
- Direction de la thèse de Karine Charry : « Children, healthy eating and threat appeals: an investigation on their effectiveness and working processes », *FUCaM, Louvain School of Management*, 30 septembre 2009.
- Co-direction (avec le Professeur Alain Decrop de l'Université de Namur) de la thèse de Marie Kindt : « Vers une conceptualisation de l'expérience culturelle des enfants :

le cas de la visite aux musées d'art et d'histoire », Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 18 avril 2013.

- Co-direction de la thèse de Medhi Gherbi (avec le Professeur Benny Rigaux-Bricmont de l'Université Laval, Québec) : « L'émergence du corps dans l'expérience virtuelle de lieu: une approche phénoménologique », Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 30 mai 2013.
- Membre des jurys de thèse de Saar Bossuyt et Dineke Van Sompel (Université de Gand), juin 2016.
- Membre du jury de thèse de Julie Masset, Université de Namur, 4 septembre 2015.
- Présidence du jury de thèse de Céline Donis, Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 29 juin 2015.
- Membre du jury de thèse de Margaret Josion-Portail, Université de Paris 1, 3 décembre 2014.
- Membre (rapporteur) du jury de thèse de Nathalie Benet, Université Nice Sophia-Antipolis, 11 décembre 2014.
- Présidence du jury de thèse de Benoît Dettolenaere, Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 18 novembre 2014.
- Présidence du jury de thèse de Harmony Glinne, Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 2 juillet 2014.
- Présidence du jury de thèse de Gabriel Van Bunnan, Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 8 mai 2014.
- Présidence du jury de thèse de Mathieu Senelle, Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 24 janvier 2014.
- Présidence du jury de thèse de Paolo Mazza, Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management, 23 octobre 2013.
- Présidence du jury de thèse de Sylvain Willart, Université Robert Schumann, Strasbourg, novembre 2007 et FUCAM, février 2008.
- Membre (rapporteur) du jury de thèse de Fatma Besbes, Université de Caen, 2012.
- Membre (rapporteur) du jury de thèse de Claire Masserot, Université de Caen, 2011
- Membre du jury de thèse de Tine Faseur, Université de Gand, avril 2008.
- Membre du jury de thèse de Sarah Steenhout, Université de Gand, juin 2006.
- Membre du jury de thèse d'Anick Bosmans, Université de Gand, juin 2002.

## SEJOURS SCIENTIFIQUES ET ACADEMIQUES

---

- Professeure invitée, IAE de Lille, Université de Lille 1, mai 2013 (1 mois).
- Séjour de recherche, Université de Floride, Warrington College of Business Administration, Gainesville (Florida, USA), mai 2008 (bourse du FNRS, 1 mois).
- Séjour de recherche, Université de Laval à Québec, département marketing, 7-11 nov. 2007.
- Professeure invitée dans le cadre du programme de mobilité des académiques « Erasmus/Socrates », Université de Gand, 29 mai-1 juin 2007.
- Séjour de recherche, Université de Floride, Warrington College of Business Administration, Gainesville (Florida, USA), juillet 2004 (bourse du FNRS, 1 mois).
- Professeure invitée dans le cadre du programme de mobilité des académiques « Erasmus/Socrates », Université libre d'Amsterdam, 12-16 mai 2003.
- Séjour de recherche, Université de Floride, Warrington College of Business Administration, Gainesville (Florida, USA), janvier-février 2003 (bourse du FNRS, 1 mois).



- Professeure invitée dans le cadre du programme de mobilité des académiques « Erasmus/Socrates », Université libre d'Amsterdam, 13-17 mai 2002.
- Doctorante invitée, Université de Floride, Warrington College of Business Administration, Gainesville (Florida, USA), décembre 1998-décembre 1999 (1 an).