

Stéphane SALGADO

22 rue Demouilles
31400 Toulouse
Port. : 06 87 49 03 71
stephane.salgado@tsm-education.fr



48 ans

Nationalité française
Marié (2 enfants)

FORMATION ACADEMIQUE

- 2015 Docteur en Sciences de Gestion (thèse soutenue le 18/03/2015 à l'IAE d'Aix-en-Provence), mention « félicitations du jury à l'unanimité » :
« Expérience de co-crédation d'innovation, développement de nouveaux produits, et créativité : conceptualisation, mesure et test d'un modèle intégrateur ».
Directeurs de recherche : Virginie de BARNIER
Présidente du jury : Elyette ROUX, Membres du jury : Jean-François LEMOINE, Pierre VALETTE-FLORENCE, Améziame AOUSSAT.
- 2002 Agrégation « Economie et Gestion commerciale »
- 1999 DESS « Etudes Ibériques et Latino-américaines Appliquées à la Gestion des Entreprises. » Université de Paris IV Sorbonne

ENSEIGNEMENTS

Enseignements en 2017.

Etude de marché innovant M2 CPEM TSM
Creativity for entrepreneurs M2 Marketing international
Lean start-up et étude de marché ITII 3ème année (M2) Arts et Métiers Campus d'Aix-en-Provence.
Marketing de l'innovation, 3ème année (M2) Arts et Métiers Campus d'Aix-en-Provence.
Management de l'innovation, 3ème année (M2) double diplôme IAE/Arts et Métiers, Ingénieur d'Affaires de Programmes et de Projets.
Marketing de l'innovation MI Marketing TSM
Analyse de marché MI TSM
Business Model and Entrepreneurship MI Management International TSM
Marketing des nouveaux produits L3 Marketing TSM

RECHERCHES ET PUBLICATIONS

Publications dans des revues à comité de lecture

- 2016 Salgado S. et De Barnier V. (2016) « Favoriser et récompenser la créativité du consommateur dans le processus de développement du nouveau produit : comment motiver ces consommateurs qui participent à des concours de créativité ? » Recherche et Actualité en Marketing (Rang 2 CNRS).

Actes de conférences (révisées par des pairs)

- 2017 Banoun, A., Hamdi-Kidar L., Salgado S. "Exploring the influence of rewards on participant's empowerment in open innovation challenges". In *International Product Development Management Conference*, Reykjavik, Juin.
Hemonnet-Goujot, A., Salgado S. "Co-creation experience for innovation: the critical role of perceived challenge". In *International Product Development Management Conference*, Reykjavik, Juin.
Salgado S., Banoun, A., Hamdi-Kidar, L. « Explorer l'influence des récompenses sur la prise de pouvoir des participants à un challenge d'innovation ». In 33^{ème} Congrès de l'Association Française de Marketing, Tours, France, Mai.
- 2016 Salgado S. & Hemonnet-Goujot A. « Mieux comprendre l'expérience de co-crédation dans la phase d'idéation », 32^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Lyon, France, Mai.
- 2014 Salgado S. et De Barnier V. "What is the appropriate reward during an ideation contest: monetary, reputational or brand feedback?" EMAC Conference Valencia 2014.

Salgado S. et De Barnier V. "**Consumer Co-creation as an Experience : What Are the Dimensions at Stake in an Ideation Challenge?**" EMAC Conference Valencia 2014

2013 Salgado S. et De Barnier V. "**Creativity in New Product Development with Communities: the Role of Cognition and Emotions**".

International Research Seminar on Marketing Communication and Consumer Behavior, The 2013 La Londe Conference.

Salgado S. et De Barnier V. "**Does Cognition matter more than Emotion for Creativity in New Product Development with Communities ?**"

Society for Marketing Advances, (SMA).

Salgado S. et De Barnier V. « **La co-création de nouveaux produits avec des communautés : étude de la formation de la créativité et du processus de co-création** ». Colloque Entrepreneuriat, Innovation & DEveloppement (EIDDEV), Faculté d'Economie et de Gestion Aix-Marseille. Prix IPAG meilleure papier catégorie jeune chercheur.

PROJETS DE RECHERCHE EN COURS

Projet 1 : la propension à devenir entrepreneur des « utilisateurs-innovateurs » du Fablab Artilect (Toulouse).
Projet en cours, collecte de données prévue courant juin. Recherche menée avec les chercheurs de l'IRIT (UT1) et C. Vellera du CRM (UT1).

Projet 2 : Exploring the influence of rewards on participant's empowerment in open innovation challenges.
Recherche menée avec M. Banoun (EDC) et L. Hamdi-Kidar (TBS). Papier rédigé et retenu à la conférence internationale IPDMC 2017 et à l'AFM 2017. Une deuxième collecte de donnée est prévue en septembre 2017, rédaction d'un article en décembre 2017. Revue visée Marketing Science (Rang 2 CNRS).

Projet 3 : Co-creation experience for innovation: the critical role of perceived challenge.
Recherche menée avec D. Henard (NCSU), A. Hemonnet-Goujeot (IAE aix), V. De Barnier (IAE Aix). Papier retenu à la conférence internationale IPDMC 2017. Soumission à la revue de rang 1 CNRS JPIM prévue pour juillet 2017.

Projet 4 : Brand Fans Make Products Be Perceived Innovative: Empirical Evidence of the Effect of Uniqueness, Made with Love and Brand Innovation Ability.
Recherche menée avec R.Huaman (KEDGE) soumission prévue à JBR (Rang 2 CNRS) courant 2017.

ACTIVITES SCIENTIFIQUES

Reviewing

European Management Journal (HCERES B, CNRS 3)