



# FREDERIC AUBRUN

Département de rattachement: BBA

Email: faubrun@inseec.com

Rang académique : Assistant professor

Pays de nationalité : FRANCE

## BIOGRAPHIE

Frédéric AUBRUN est enseignant-chercheur au BBA INSEEC, spécialiste de la marque et de ses "médiamorphoses", sémiologue. Docteur en sciences de l'information et de la communication, il a réalisé une thèse sur travaux autour de l'émergence de nouveaux modèles publicitaires et de marque à l'Université Lyon 2. Ses publications portent sur les métamorphoses du médiatique, du publicitaire et de la marque.

## INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Marketing
- Gestion de marque
- Publicité
- Narrations numériques

## DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Content Marketing
- Marketing digital
- Stratégie de marque

## FORMATION

*Diplôme le plus élevé :*

2015

Doctorat, Autre, Marketing, Université Lumière Lyon 2, FRANCE

*Crise(s), publicité et marque : l'émergence de nouveaux modèles*

## EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

### **Vie académique**

Depuis 2021

Assistant professor, Omnes Education, FRANCE

### **Autre expérience professionnelle**

2019 - 2021

Lecturer, Omnes Education, FRANCE

## **PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES**

### **Articles classés**

AUBRUN, F., M. N. JAUFFRET, "Médiations culturelles et marchandes : des liaisons numériques dangereuses ?", *French Journal For Media Research*, 2022, no. 17

AUBRUN, F., C. MARTI, V. PATRIN-LECLÈRE, "Questionner les concepts Pub\*", *Communication et Management*, 2021, vol. 18, no. 2, pp. 5-10 (FNEGE :4)

AUBRUN, F., M. DEL VECCHIO, "La stratégie de publicitarisation dans les éditions française et brésilienne du HuffPost : une tension symbolique et éthique", *Communication et Management*, 2021, vol. 18, no. 2, pp. 59-73 (FNEGE :4)

AUBRUN, F., "L'imagerie publicitaire de Coca-Cola durant l'entre-deux-guerres : des artefacts publicitaires vecteurs du mythe de l'américanité ?", *French Journal For Media Research*, 2021, no. 15

AUBRUN, F., V. VLADIMIR LIFSCHUTZ, "Morphologie du récit super-héroïque à l'épreuve de la transmédialité : du médium bédéique à la série, que sont nos héros devenus ?", *Cahiers de Narratologie*, 2020, no. 37

### **Livres et chapitres d'ouvrages**

AUBRUN, F., J. JULIEN FÉRÉ, *Les dessous de la publicité*, Ellipses, Paris, FRANCE, 2024

BIHAY, T., F. AUBRUN - "Représentation (ré)créative des territoires. Les cas d'OnlyLyon et de la marque Bretagne." - 2023, Editions de l'Université de Lorraine, Nancy, France

AUBRUN, F., T. BIHAY - "Narrations augmentées et stratégie de promotion des séries Netflix" - 2023, ISTE Editions, Londres, Royaume-Uni

CERVETTI JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "The Biodigital Rises: A New Digital Brand Challenge" - 2022, Springer, Royaume-Uni Primé en 2022.

AUBRUN, F., T. BIHAY - "Narrations augmentées et stratégie de promotion des séries Netflix" - 2022, ISTE, FRANCE

### **Etudes de cas publiées**

AUBRUN, F., Y. HALLEM, W. BEN ARFI - "VOISIN : La stratégie digitale d'un chocolatier renommé" - 2023, Paris, FRANCE

HALLEM, Y., W. BEN ARFI, F. AUBRUN - "VOISIN : Comment renforcer les engagements éthiques et durables d'une marque" - 2023, Lyon, FRANCE

### **Présentations dans des conférences avec actes**

AUBRUN, F. - "Online advertising and ethics: the HuffPost case study" - 2021, Lyon, France

### **Articles et contribution media de référence**

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Les influenceurs biodigitaux : une hyperpublicitarisation naissante" - 2023, MEI (MÉDIATION ET INFORMATION), Paris, FRANCE

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "La biodigitalisation de la publicité" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA, Paris, France

AUBRUN, F., M. N. JAUFFRET - "Les biodigitaux réinventent la pub" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA, Paris, France

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Personal Branding" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA, Paris, France

AUBRUN, F., M. N. JAUFFRET - "Co-branding" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA, Paris, France

AUBRUN, F. - "Brand Manager" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA,

AUBRUN, F. - "Morphologie du récit super-héroïque" - 2023, The Conversation, <https://theconversation.com/des-planches-de-dessin-a-lecran-que-sont-nos-superheros-devenus-215857>

AUBRUN, F. - "Publicité et médiamorphoses" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA, <https://fnege-medias.fr/fnege-video/publicite-et-media-morphoses/>

AUBRUN, F. - "Qu'est-ce que le Brand Content ?" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA

AUBRUN, F. - "Sémiologie de marque" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA

AUBRUN, F. - "Storytelling de marque" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA

AUBRUN, F., M. N. JAUFFRET - « « Black Mirror » : notre monde est-il devenu la dystopie que prédisait la série ?" - 2023, The Conversation

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "GAFAM" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA,

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Identité visuelle" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Marketing mix" - 2023, FNEGE VIDEO MEDIA

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN, M. GALDIA - "Si un influenceur virtuel commet une infraction, qui est responsable ?" - 2023, The Conversation

JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Biodigitalisation de la publicité" - 2023, The Conversation, Paris, France, <https://theconversation.com/les-biodigitaux-ces-influenceurs-virtuels-qui-vous-font-de-la-publicite-215858>,

AUBRUN, F., T. BIHAY - "Pour promouvoir « Stranger Things », Netflix étend le récit au-delà des écrans" - 2022, The Conversation

AUBRUN, F. - "La stratégie de publicitarisation du HuffPost" - 2022, FNEGE MEDIA

AUBRUN, F. - "Stromae : des frontières de plus en plus floues entre communication et journalisme" - 2022, The Conversation

CERVETTI JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Qu'est-ce que l'activation de marque ?" - 2022, FNEGE MEDIA, Paris, France

CERVETTI JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Les biodigitaux sur Instagram : un nouveau challenge pour les marques ?" - 2022, FNEGE MEDIA, Paris, France

AUBRUN, F., M. N. CERVETTI JAUFFRET - "Des liaisons numériques dangereuses ?" - 2022, FNEGE MEDIA, Paris, France

AUBRUN, F., C. MARTI, V. PATRIN-LECLÈRE, "Questionner les concepts Pub\*", Communication et Management, 2022, vol. 18, no. 2, pp. 5-10 (FNEGE :4)

AUBRUN, F., M. N. JAUFFRET - "Le placement de produit" - 2022, FNEGE VIDEO MEDIA, France

AUBRUN, F., "L'imagerie publicitaire de Coca-Cola durant l'entre-deux-guerres : des artefacts publicitaires vecteurs du mythe de l'américanité ?", French Journal For Media Research, 2021, no. 15

AUBRUN, F., V. VLADIMIR LIFSCHUTZ, "Morphologie du récit super-héroïque à l'épreuve de la transmédiabilité : du médium bédécque à la série, que sont nos héros devenus ?", Cahiers de Narratologie, 2020, no. 37

AUBRUN, F. - "Qu'est-ce que la marque ?" - 2022, FNEGE MEDIA

AUBRUN, F. - "Qu'est-ce que la publicité native ?" - 2022, FNEGE MEDIA

AUBRUN, F. - "Marketing : Batman ou le jeu du chat et de la chauve-souris" - 2022, The Conversation primé en 2022.

CERVETTI JAUFFRET, M. N., F. AUBRUN - "Le phigital?" - 2022, FNEGE MEDIA, Paris, FRANC.

AUBRUN, F., M. N. JAUFFRET, "Médiations culturelles et marchandes : des liaisons numériques dangereuses ?", French Journal For Media Research, 2022, no. 17

AUBRUN, F., M. DEL VECCHIO, "La stratégie de publicitarisation dans les éditions française et brésilienne du HuffPost : une tension symbolique et éthique", Communication et Management, 2021, vol. 18, no. 2, pp. 59-73 (FNEGE :4)

AUBRUN, F. - "9/11 : que sont nos super-héros devenus ? L'exemple de Batman" - 2021, The Conversation

AUBRUN, F. - " De l'importance des génériques de séries " - 2021, The Conversation

AUBRUN, F. - "Publicité : avec la Covid, le discours des marques a changé" - 2020, The Conversation

AUBRUN, F., V. VLADIMIR LIFSCHUTZ - "Comment la série Watchmen réinvente la genèse du super-héros" - 2020, The Conversation

AUBRUN, F. - "Il était une pub en série : la websérie de marque" - 2020, The Conversation