



Isabelle CHALAMON

Département de rattachement: INSEEC

Email: ichalamon@inseec.com

Rang académique :

Pays de nationalité :

BIOGRAPHIE

Isabelle Chalamon is Associate Professor in the Marketing Department of INSEEC Business Schools (Lyon campus). She holds a PhD from Paris II University (France). Her areas of investigations mainly concern patient behavior, patient empowerment and resistance, as well as Orphan Drugs marketing and CSR in the pharmaceutical sector. She is also interested in obesity prevention and is currently carrying out research on consumer use of nutritional labeling. She has published several articles in International Academic Journals (*Journal of Business Ethics*, *European Journal of Marketing*, *The Journal of Consumer Affairs* ...) as well as French Academic Journals (*Revue Française de Gestion*, *Journal d'Economie Médicale*, *Décisions Marketing, Management & Avenir* ...).

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Marketing
- Sociologie des organisations

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Marketing

FORMATION

2008

Doctorat, Sciences Economie et Gestion, Marketing, Université Paris-Panthéon-Assas, FRANCE

L'entrepreneuriat institutionnel collectif dans le champ de la prise en charge des maladies rares

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles classés

KOVALEV, S., I. CHALAMON, A. BECUWE, "Single machine scheduling with resource constraints: Equivalence to two-machine flowshop scheduling for regular objectives", *Journal of the Operational Research Society*, 2023, vol. 0, no. 0, pp. 1-4 (ABDC :A, FNEGE :2, CNRS :2, ABS :3, SJR :Q1)

CHALAMON, I., A. BECUWE, W. OMRI, S. KOVALEV, A. AMRI, "Fostering Innovative Workplace Behaviours through Employee Recognition: The Mediating Role of Helping Behaviour", *Journal of Innovation Economics and Management*, Hiver 2022, vol. 1, no. 37, pp. 177-204

- KOVALEV, S., I. CHALAMON, F. J. PETANI, "Maximizing Single Attribute Diversity in Group Selection", *Annals of Operations Research*, 2022, vol. 320, pp. 535–540 (ABDC :A, FNEGE :2, CNRS :2, ABS :3)
- KOVALEV, S., I. CHALAMON, S. COLLIGNON, "Minimizing maximum job dependant ergonomic risk", *International Journal of Production Research*, Hiver 2021, vol. 59, no. 1 (ABDC :A)
- CHALAMON, I., L. NABEC, "Why Do We Read On-Pack Nutrition Information so Differently? A Typology of Reading Heuristics Based on Food Consumption Goals", *Journal of Consumer Affairs*, 2016, vol. 50, no. 2, pp. 403-429 (ABDC :A, FNEGE :3, CNRS :4)
- CHALAMON, I., A. KESSOUS, G. PACHÉ, "Cette semaine, deux boîtes d'aspirine pour le prix d'une ! » Une approche sémiotique des représentations du médicament curatif et de confort en France", *Management et Avenir*, Août 2016, no. 87, pp. 175-199 (FNEGE :3, CNRS :4)
- CHALAMON, I., A. KESSOUS, "Dis-moi ce que tu manges et je te dirai qui tu es ! » Approche sémiotique des représentations mentales des marques alimentaires", *Management et Avenir*, 2014, vol. 4, no. 66 (FNEGE :4)
- CHALAMON, I., A. KESSOUS, "La transmission de remèdes de grand-mères de mère en fille : une extension temporelle de soi", *Décisions Marketing*, Octobre 2014, no. 76 (FNEGE :3)
- CHALAMON, I., O. BRUYAKA, H. ZEITZMANN, R. WOKUTCH, P. THAKUR, "Strategic Corporate Social Responsibility and Orphan Drug Development: Insights from the US and the EU biopharmaceutical industry", *Journal of Business Ethics*, Septembre 2013, vol. 117, no. 1 (FNEGE :2)
- CHALAMON, I., L. NABEC, "Les pratiques de lecture des étiquettes nutritionnelles : une analyse sémiotique des représentations des règles de nutrition", *Décisions Marketing*, Avril 2013, vol. 2 (FNEGE :3)
- CHALAMON, I., A. KESSOUS, "Représentations mentales de la consommation et des pratiques alimentaires : Approche par le carré sémiotique "bon/mauvais"", *La Revue des Sciences de Gestion*, 2013, vol. 3-4, no. 261-262
- CHALAMON, I., L. NABEC, "Les pratiques de lecture des étiquettes nutritionnelles : une analyse sémiotique des représentations des règles de nutrition", *Décisions Marketing*, Avril 2013, vol. 3 (FNEGE :3)
- CHALAMON, I., I. CHOUK, D. GUIOT, "La cyber-résistance du consommateur : quels enjeux pour les entreprises ?", *Décisions Marketing*, Octobre 2012, vol. 3 (FNEGE :3)
- CHALAMON, I., "Consumer Resistance between Conflict and Cooperation: The Extreme Case of Orphan Drugs", *European Journal of Marketing*, 2011, vol. 45, no. 11/12 (FNEGE :3)
- CHALAMON, I., "Formation de la contestation et action organisationnelle collective : le cas des maladies rares", *Revue Française de Gestion*, Mai 2009, vol. 3
- CHALAMON, I., "Mouvement social maladies rares et changement hospitalier", *Journal de Gestion et d'Économie Médicales*, 2009, no. 1-2
- CHALAMON, I., B. AURIACOMBE, S. LE LOARNE, "Les facteurs de fidélisation du client dans le spectacle vivant : quand on aime on ne discute pas !", *Management et Avenir*, Juin 2005, no. 5

Autres Articles

CHALAMON, I., A. BECUWE, W. OMRI, A. AMRI, "Développer la spiritualité au travail pour favoriser la performance individuelle au travail" à paraître *Recherches en Science de Gestion*

Articles de Valorisation

CHALAMON, I., A. BECUWE, W. OMRI, S. KOVALEV, A. AMRI - "Hôpital : la reconnaissance au travail, l'angle mort du Ségur de la santé" - 2022, *The Conversation*

CHALAMON, I., A. BECUWE - "Katali Kariko, ' l'étoile montante' de la médecine ? Ou comment affronter le conservatisme des pairs" - 2021, *Blog Alternatives Economiques*