

# Curriculum vitae abrégé

## **Jasmin Bergeron, MBA, Ph. D.**

Professeur de marketing (classe IV)  
École des Sciences de la Gestion  
Université du Québec à Montréal

315, rue Sainte-Catherine Est  
Montréal (Québec) H2X 3X2  
Tél : 514 987-3000 p.1445#  
Courriel : bergeron.jasmin@uqam.ca

## **Formations académiques**

- 2000-2004          Université Concordia  
                         Doctorat en administration (Ph.D.)  
                         Concentration : Marketing
- 1995-1997          Université du Québec à Montréal  
                         Maîtrise en administration des affaires (M.B.A.)  
                         Concentration : Marketing
- 1991-1994          École des Hautes Études Commerciales  
                         Baccalauréat en administration des affaires (B.A.A.)  
                         Concentration : Ressources humaines et marketing

## **Expériences universitaires**

- 2002 à ce jour    **Université du Québec à Montréal (UQAM)**  
                         Professeur de marketing (classe IV)  
                         *\* Mes contributions sont énumérées dans les prochaines pages.*
- 1996 à 2002      **HEC Montréal**  
                         **Université du Québec en Outaouais (UQO)**  
                         **Université du Québec à Montréal (UQAM)**  
  
                         **Chargé de cours pour les cours suivants:**  
                         Introduction au marketing, marketing de services, marketing de services  
                         financiers, marketing du tourisme et de l'hôtellerie, stratégies de sollicitation,  
                         gestion de la force de vente et recherche commerciale.

## **Contributions à l'ESG-UQAM au niveau de l'enseignement**

### **Évaluation des activités d'enseignement créditées effectuées par les étudiants**

En 18 ans de carrière, la moyenne des évaluations de mes étudiants est de 3,85/4 au premier cycle et de 6,7/7 au deuxième cycle. Voici la liste des cours que j'ai enseigné :

#### Premier cycle :

- Marketing (MKG3300)
- Marketing de services financiers (MKG3305)
- Marketing du tourisme et de l'hôtellerie (MKG3315)
- Recherche commerciale (MKG5301)
- Gestion de la force de vente (MKG5310)<sup>1</sup>
- Stratégies de sollicitation en planification financière (MKG5335)<sup>1</sup>

#### Deuxième et troisième cycle :

- Marketing pour cadres n'ayant pas de diplômes en gestion (MBA8616)
- Marketing pour cadres (MBA8416)
- Marketing pour cadres au MBA donné conjointement avec l'Université Paris-Dauphine
- Marketing en sciences comptables (MBA8C16)
- Séminaire de recherche approfondie en gestion (MBA8193)
- Gestion des ventes (MBA8455)<sup>1</sup>
- Lectures dirigées (ADM9995 - Cours au Doctorat)

### **Activités d'élaboration et de développement de matériel pédagogique**

Depuis le début de ma carrière à l'ESG-UQAM, j'ai créé trois nouveaux cours :

- Gestion des ventes (MBA8735) dans le programme de MBA pour Cadres
- Stratégies de sollicitation en planification financière (MKG5335)
- Gestion de la force de vente dans les banques (MKG5310)

Chaque cours a été le sujet d'une amélioration constante, autant pour le contenu (diapositives *powerpoint*, études de cas, évaluations, etc.) que pour les approches pédagogiques. Voici une liste non exhaustive des activités réalisées pour améliorer la qualité des cours :

---

<sup>1</sup> Ces cours ont été conçus et développés par Jasmin Bergeron

- Recherche et utilisation de plus de 70 documents provenant du monde des affaires (ex. : guide d'entrevue, outils promotionnels, questionnaires d'entrevue, grille de recrutement, guide de performance, etc.).
- Invitation et prestation de différents conférenciers.
- Recherche et utilisation de plus de 10 vidéos pédagogiques.
- Analyse et distribution de plus de 50 articles sur une multitude de sujets pertinents à mes cours (marketing, coaching, service à la clientèle, etc.).
- Révision des statistiques et des recherches récentes pour mettre tous les cours à jour.
- Recherche et visionnement de plus de 100 messages publicitaires dans le cadre de divers cours de marketing.
- Rédactions de 10 études de cas à partir d'histoires vécues.

### **Encadrement d'étudiants aux cycles supérieurs**

J'ai supervisé 18 étudiants de cycles supérieurs à titre de directeur de mémoires de maîtrise (14) et de thèses de doctorat (4). J'ai aussi siégé sur des comités d'évaluation en maîtrise et au doctorat (phase II et III) de plus de 20 étudiants.

### **Coordination de cours**

J'ai été coordonnateur pour les cours suivants :

- Marketing des services financiers (MKG3305)
- Marketing du tourisme et de l'hôtellerie (MKG3315)
- Gestion du marché et de la force de vente (MKG5310)
- Gestion des ventes (MKG5322)
- Marketing direct et gestion de la relation client (MKG5324)
- Promotion des ventes (MKG5329)
- Marketing électronique (MKG5334)
- Stratégies de sollicitation en planification financière (MKG5335)
- Marketing (MBA8416)
- Marketing des institutions financières (MBA8431)
- Gestion stratégique des ventes et développement des affaires (MKG8450)
- Gestion des ventes dans le milieu financier (MBA8455 et MBA8735)
- Relation client (MBA8461)

## **Activités internationales**

Dans le cadre de mes activités pédagogiques à l'international, j'ai eu le privilège d'enseigner à l'Université Paris-Dauphine en France, au Qatar, en Tunisie, à Trinidad et Tobago et en Jamaïque, et ce, à plusieurs reprises.

## **Contributions à l'ESG-UQAM au niveau de la recherche**

### **Publication d'articles scientifiques (avec évaluation des pairs)**

J'ai activement participé à plus de 51 publications scientifiques, dont 31 articles dans des revues académiques et 20 communications présentées dans des conférences. La qualité de six de ces publications a été soulignée par des mentions ou par des prix internationaux. Deux de mes publications font parties des cinq meilleures revues scientifiques en marketing au monde selon la *American Marketing Association* (i.e., *The Journal of Retailing* et *The Journal of the Academy of Marketing Science*).

Les autres articles ont été acceptés et publiés dans des revues reconnues comme *Journal of Business Research* (deux articles), *Journal of Service Research* (deux articles), *Journal of Marketing Services* (un article), *Journal of Services Management* (un article), *Revue et Applications en Marketing* (deux articles), *International Journal of Bank Marketing* (trois articles) et *Canadian Journal of Administrative Science* (quatre articles). Voici un échantillon des articles publiés :

Lova Rajaobelina, Line Ricard, Jasmin Bergeron et Elissar Toufaily (2014), An integrative model of installed online trust in the financial services industry, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 19, No. 3, pp.186-197.

Bergeron, Jasmin et Marc-Antoine Vachon (2008), The Effects of Humour Usage by Financial Advisors in Sales Encounters, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26, No. 6, pp.376-398.

*Cet article est lauréat d'un des trois prix « Highly Commended » dans le cadre des « Emerald Literati Network Awards for Excellence » de l'année 2009*

Bergeron, Jasmin et Lova Rajaobelina (2008), l'impact de l'empathie sur la confiance, la satisfaction et les intentions d'achat des clients dans le secteur financier, 77<sup>e</sup> Congrès de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS), 11 au 15 mai, Ottawa, Canada.

*Cet article a remporté le prix du meilleur article du colloque de ACFAS dans la section « Marketing Relationel et Collaboration »*

Duriff, Fabien, Michèle Paulin et Jasmin Bergeron (2008), Descriptive meta-analysis of Macneil's contractual norms, Actes de la conférence d'été de American Marketing Association (AMA), 8-11 août, San Diego, Californie, États-Unis.

*Cet article a gagné le « Best Track Paper - Services Marketing »*

Fallu, Jean-Mathieu, Jasmin Bergeron et Jasmin Roy (2007), Processus de formation de l'impression, primauté et récence dans un contexte de vente relationnelle, 75<sup>e</sup> Congrès de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS), 1 au 11 mai, Trois-Rivières, Canada.

*Cet article a remporté le prix du meilleur article du premier colloque « Marketing Relationel et Collaboration »*

Laroche, Michel, Jasmin Bergeron et Christine Goutaland (2001), "A Three-Dimensional Scale of Intangibility", *Journal of Service Research*, Vol. 4, No. 1, pp. 26-38.

*Cet article a été finaliste pour le « JSR Paper of the Year Award »*

Bergeron, Jasmin et Line Ricard (2001), "L'approche relationnelle dans le secteur hôtelier : fidéliser les consommateurs dans un marché compétitif", Actes du Congrès de l'Association Canadienne des Sciences Administratives, 26-29 mai, London, Canada.

*Cet article a remporté le prix d'excellence pour la section « Gestion du tourisme et de l'hôtellerie »*

### **Subventions de recherche**

Depuis le début de ma carrière, j'ai obtenu plusieurs bourses et subventions gouvernementales. Mes collègues chercheurs et moi avons reçu des subventions totalisant près de 200 000 \$ du programme d'aide financière à la recherche et à la création de l'UQAM (PAFARC), du Fonds de recherche sur la société et la culture (FQRSC) et du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH).

### Livres et ouvrages pédagogiques

Les documents suivants représentent le fruit de plusieurs recherches et activités pédagogiques. L'ouvrage de 327 pages : « Stratégies de sollicitation en planification financière » est maintenant utilisé par la TÉLUQ dans le cours qui porte le même nom. Le livre « Les voies de la réussite » est utilisé dans un cours de la faculté de communication de l'UQAM. L'Institut des Banquiers Canadiens (acheté par CSI Global Education), qui a été un partenaire important du MBA pour cadres à l'UQAM, utilise mon livre « Négociation gagnant-gagnant » dans ses cours depuis plusieurs années.

- Bergeron, Jasmin (2008), *Stratégies de sollicitation en planification financière personnelle*, TÉLUQ, 327 p.
- Bergeron, Jasmin et al., (2008), *Les voies de la réussite*, Éditions un monde différent, 151p.
- Bergeron, Jasmin (2003), *La négociation gagnant-gagnant en milieu financier*, Institut des Banquiers Canadiens, 64 p.

### **Contributions à l'ESG-UQAM au niveau des services à la collectivité**

J'ai eu le privilège et le plaisir de contribuer à titre de directeur à deux programmes d'études innovateurs et porteurs à l'UQAM, soit :

- **Directeur du programme de MBA pour cadres en services financiers**
- **Directeur du programme de Baccalauréat en relations publiques**

En tant que directeur de programme, voici un résumé de mes tâches et de mes accomplissements:

*Au niveau du recrutement de nouveaux étudiants :*

- ✓ Promouvoir les programmes lors de plusieurs conférences ou événements dans plus de 30 entreprises, organisations et associations.
- ✓ Publiciser le programme dans les médias conventionnels et sociaux (i.e., organiser et rédiger les documents publicitaires, vérifier les prix et la visibilité des médias, coordonner la parution et la coordination des publicités, etc.).
- ✓ Organisation, accueil et présentations lors des journées « porte ouverte ».
- ✓ Discuter avec des journalistes pour promouvoir le programme informellement et gratuitement (notre budget de promotion étant souvent très limité).
- ✓ Envoi de courriels promotionnels aux anciens étudiants, dont plusieurs sont devenus des ambassadeurs en termes de référencement de nouveaux étudiants.

*Au niveau de la sélection de nouveaux étudiants :*

- ✓ Gestion et analyse de tous les dossiers, soit :
  - Rédaction d'un questionnaire type d'entrevue.
  - Entrevue de tous les candidats sélectionnés.
  - Recherche sur ces candidats auprès de divers moyens (contacts, Internet, références, etc.).
  - Explications des attentes du programme et de l'ESG UQAM.
  - Analyse des dossiers et admission des meilleurs candidats.

*Au niveau de l'accueil des nouveaux étudiants :*

- ✓ Organiser et animer les cocktails d'accueil et les rencontres d'accueil des nouveaux étudiants.
- ✓ Évaluer les demandes d'équivalence de cours envoyées par les étudiants (dans le cadre du BAC en relations publiques) et y répondre en justifiant mes décisions d'accord ou de refus des équivalences.
- ✓ Approuver les différentes demandes de stage (dans le cadre du BAC en relations publiques).
- ✓ Au besoin, fournir des ressources aux étudiants (souvent pour les cours plus difficiles contenant beaucoup de mathématique et de calculs).
- ✓ Favoriser et faire un suivi par rapport à la qualité de l'insertion des étudiants dans leur programme.

*Au niveau de l'organisation des sessions de cours :*

- ✓ Rechercher, solliciter et faire un suivi auprès des meilleurs professeurs disponibles pour chaque cours offert.
- ✓ Réviser les dossiers des étudiants à la fin de chaque session pour s'assurer que les résultats sont satisfaisants et respectent les normes de l'ESG UQAM.
- ✓ Rencontrer chaque cohorte pendant la session et après chaque session pour obtenir de la rétroaction concernant leur satisfaction.
- ✓ Répondre aux demandes ponctuelles des professeurs, des chargés de cours, des étudiants et des futurs étudiants.

*Au niveau de la gestion du budget*

- ✓ Gérer les dépenses de publicité.
- ✓ Concevoir et approuver les différents programmes de promotion dans les médias.
- ✓ Balancer le budget en fonction des différentes dépenses du programme.
- ✓ Récupérer les sommes de l'Université du Québec en Outaouais pour l'extension de notre programme à leurs étudiants (dans le cadre du MBA en services financiers).

### *Au niveau de l'organisation et de l'animation des réunions de comité de programme*

- ✓ Préparer les réunions, en considérant les commentaires positifs et constructifs des membres du comité de programme.
- ✓ Animer la réunion et solliciter la rétroaction de tous les membres.
- ✓ Régler les insatisfactions des membres du comité, ainsi que celles des intervenants et des étudiants du programme.
- ✓ Faire un suivi avec les personnes concernées suite à chaque réunion.
- ✓ S'assurer que le programme continue d'évoluer positivement et constructivement.

### **Membre de comités de programme**

Voici les différents comités de programmes sur lesquels j'ai siégé :

- Membre de l'unité de programmes de 2<sup>e</sup> cycle en administration des affaires
- Membre du comité de programme du MBA pour cadres en services financiers
- Membre de l'équipe de direction et chercheur associé à la Chaire en management des services financiers
- Membre du Conseil Académique de l'École des Sciences de la Gestion

### **Services à la collectivité interne - activités pédagogiques**

La contribution à différentes activités pédagogiques de l'UQAM a été importante et passionnante pour moi. Voici une liste partielle de ma participation à différents événements :

- Coaching pour les Jeux du Commerce
- Membre du Jury pour l'évaluation des plans de communication à Association des distributeurs de fruits et légumes du Québec
- Directeur et coach pour le projet d'intégration dans le cadre du MBA en services financiers : « Étude sur la rétention et la fidélisation de la clientèle à la Banque Nationale »
- Directeur et évaluateur pour le projet d'intégration dans le cadre du MBA en services financiers : « Système de gestion du risque relié à la rémunération variable chez Desjardins »
- Coaching pour Happening Marketing – Marketing direct

### **Membre de comités internes et externes**

J'ai participé à plusieurs comités à la fois à mon département et pour différents programmes.

Voici les principaux comités auxquels j'ai participé :

- Comité de la création du Département de marketing (avec Line Ricard et Roy Toffoli)
- Comité d'auto-évaluation de la maîtrise en administration des affaires (MBA pour cadres)
- Comité pour le recrutement et la sélection des postes de professeurs en marketing
- Comité de sélection des nouveaux étudiants de la M.Sc.
- Comité de révision des EQE

- Comité de liaison locale des chargés de cours
- Comité de discipline facultaire
- Comité de révision de notes
- Comité des congés sabbatiques et de perfectionnement
- Comité d'évaluation et de promotion des professeurs

### **Autres activités de rayonnement académique**

Au niveau du rayonnement académique de l'ESG UQAM, j'ai été titulaire de la Chaire en management des services financiers et j'ai ensuite été invité à rejoindre l'équipe de direction. J'ai aussi siégé sur différents comités d'évaluation de revues scientifiques et j'ai été invité à évaluer des articles pour les journaux suivants : *The Journal of the Academy of Marketing Science* (reconnue par l'*American Marketing Association* comme une des cinq meilleures revues scientifiques en marketing), *Journal of Business Research*, *International Journal of Bank Marketing* et *Revue Canadienne des Sciences Administratives*.

### **Rayonnement médiatique dans le monde des affaires**

J'ai participé à plus de 100 articles de journaux dans les médias et les revues du monde des affaires. Voici un échantillon de différents articles de presse où mon expertise a été sollicitée. Ma contribution a été reconnue à plusieurs reprises par le Service des communications de l'UQAM.

- Entrevue avec Martine Letarte « Covid-19 : les entreprises doivent réinventer l'expérience client », MAG (Juin 2020)
- Article de Pier-Luc Ouellet « Pourquoi les noms des restos à déjeuner sont faits de jeux de mots? », Urbania (27 août 2019)
- Entrevue avec Nazir Mandjee « Les clés du succès en immobilier », WebMarketing Académie, 24 avril 2019
- Article de Jean-François Parent « Quand une image vaut mille maux », Conseiller (10 avril 2019)
- Article de Marine Beslay « Augmentez la satisfaction de votre clientèle grâce à l'effet WOW! », Chambre de commerce du Montréal métropolitain (24 février 2017)
- Article de Frédéric Roy « Six bonnes pratiques pour une inoubliable dernière impression », Finance et Investissement (25 septembre 2015)
- Article de Tessie Sancé, « Preparation is key to successful presentations », Investment executive (24 décembre 2014)
- Article de Catherine Martellini, « L'ADN d'un top vendeur », Les Affaires (25 octobre 2014)
- Entrevue avec Brent Jolly, « Do you need a coach? », Investment executive (29 août 2013)
- Entrevue avec Kim Auclair, « Savez-vous gérer les attentes ? », Lesaffaires.com, (22 novembre 2012)

- Entrevue avec Martine Letarte, «Votre code postal vaut de l'or», La Presse Affaires, (21 septembre 2012)
- Entrevue avec Iris Gagnon-Paradis, « Histoire d'un soir ou pour la vie ? », La Presse Affaires, (12 octobre 2010, section Affaires).
- Entrevue avec André Dubuc, « Déléguer la mise en marché », Journal Les Affaires, (9 octobre 2010).
- Article avec Shelly Banjo, «Can being a funnier adviser boost your business?», *Wall Street Journal* (1<sup>er</sup> septembre 2009).
- Entrevue avec Aude Perron, « Comment vendre ses idées », *Affaires Plus*, Janvier 2009.
- Entrevue avec André Dubuc, « CELI : les banques affûtent leurs armes », *Journal Les Affaires*, (18 octobre 2008, p.42-43).
- Entrevue avec Jean Gagnon, « Banque Laurentienne : Réjean Robitaille mise sur les créneaux traditionnels », *Journal Les Affaires*, (18 octobre 2008, p.22).
- Entrevue avec Catherine Doré, « Programmes de fidélisation : Pas mauvais, mais...», *La Presse* (19 juillet 2008).
- Entrevue avec Isabelle Laporte, « Choisir la carte de crédit qui vous fera voyager le plus, et au meilleur coût », *Journal Les Affaires*, (13 décembre 2007, p.29).
- Chronique « Dix stratégies pour mieux exploiter le potentiel d'Internet », *Finance et Investissement*, (septembre 2007), p.23.
- Entrevue avec Marie-Hélène Proulx, « Pourquoi toi chef et moi indien – Le bon capitaine », *Magazine Jobboom*, (mai 2007).
- Entrevue avec Dominique Froment, « Marketing des banques : à la guerre comme à la guerre!», *Journal Les Affaires*, (8 juillet 2006), p.42.
- Entrevue avec Geneviève Bertrand, « Les congressistes enrichissent les hôteliers », *La Presse Affaires* (12 octobre 2005), p.17.
- Entrevue avec Geneviève Bertrand, « Fidélisation tous azimuts - La dépendance est beaucoup plus envers les cartes qu'envers les entreprises », *La Presse Affaires* (14 juin 2005), p.4.
- Entrevue avec Martin Bourassa, « Guide de survie pour négociateur averti », *Journal Les Affaires* (24 avril 2004), p. 5.
- Entrevue avec Marc Tison, « Argent rose et argent bleu n'ont pas la même odeur », *La Presse* (28 décembre 2003), p. A6.
- Entrevue avec Jean-François Barbe, « Le marketing vert atteint des cercles de plus en plus larges », *LesAffaires.com* (3 juillet 2003).

Je vous remercie pour votre lecture!



Jasmin Bergeron