Jean-Marc XUEREB

Professeur
Département: Marketing
ESSEC Business School
3 avenue Bernard Hirsch
95021 Cergy-Pontoise
France

Email: xuereb@essec.edu
Numéro de téléphone: +33 (0)1 34 43 30 72
Pays d'origine: France

FORMATION

1990	PhD, ESSEC Business School, France
1990	Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris Dauphine-PSL, France

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

Positions académiques principales

2004 - Présent	Professeur, ESSEC Business School, France
1995 - 2004	Professeur associé, ESSEC Business School, France
1992 - 1995	Professeur assistant, ESSEC Business School, France

Autres affiliations académiques

2025 - 2026	Directeur académique Gestion des Organisations (MGO) - Nouvelle-Calédonie, ESSEC Business School, France
2025 - 2026	Directeur académique Gestion des Organisations (MGO) - Polynésie, ESSEC Business School, France
2024 - 2026	Directeur académique du programme Exécutive Master Spécialisé tronc commun, ESSEC Business School, France
2014 - 2026	Directeur Académique du Mastère Marketing Management, ESSEC Business School, France
2011 - 2019	Titulaire de la chaire Ventes et Stratégie Marketing, ESSEC Business School, France
2007 - 2010	Doyen des professeurs, ESSEC Business School, France
1999 - 2007	Titulaire de la chaire Vente et Stratégie Marketing, ESSEC Business School, France

Autres expériences professionnelles

1989 - 1989	Service National effectué comme Scientifique de Contingent dans le cadre d'une mission du cabinet de conseil Andersen Consulting pour l'Etat Major de l'Armée de Terre., ANDERSEN CONSULTING, France
1988 - 1989	Direction Stratégie et Marketing Groupe, BULL, France

PUBLICATIONS

Articles

GATIGNON, H. et XUEREB, J.M. (1999). Orientacao Estrategice da Empresa e Desempenho dos Novos Produtos. *Comportamento Organizacional e Gestao*, pp. 71-103.

GATIGNON, H. et XUEREB, J.M. (1997). Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance. *Journal of Marketing Research*, pp. 77-90.

PERRAUD, E. et XUEREB, J.M. (1996). Innovation et partenariat. *Décisions Marketing*, pp. 41-52.

NYECK, S., PARADIS, S., XUEREB, J.M. et CHEBAT, J.C. (1996). Standardisation ou adaptation des échelles de mesure à travers différents contextes nationaux : l'exemple d'une échelle de mesure de l'innovativité. *Recherche et Applications en Marketing*, pp. 57-74.

XUEREB, J.M. (1993). Stratégies d'innovation dans les secteurs de haute-technologie : le piège du marché virtuel. *Recherche et Applications en Marketing*, pp. 23-44.

XUEREB, J.M. (1991). Une redéfinition du processus d'innovation. *Revue Française de Gestion*, pp. 94-105.

Ouvrages et édition d'ouvrages

THIETART, R.A. et XUEREB, J.M. (2015). *Stratégies. Des concepts à leur mise en œuvre*. Dunod, 330 pages.

THIETART, R.A. et XUEREB, J.M. (2009). *Stratégies - Concepts, méthodes, mise en oeuvre*. Dunod, 343 pages.

THIETART, R.A. et XUEREB, J.M. (2005). *Stratégies. Concepts, Méthodes, Mise en oeuvre*. Dunod, 320 pages.

Chapitres d'ouvrage

BAUMARD, P., DONADA, C., IBERT, J. et XUEREB, J.M. (2025). La collecte des données et la gestion de leurs sources. Dans: Raymond-Alain Thietart et al. (ed.). *Méthodes de recherche en management*. 5th ed. Malakoff: Dunod, pp. 255-289.

XUEREB, J.M. (2025). L'environnement du chercheur. Dans: Raymond-Alain Thietart et al (ed.). *Méthodes de recherche en management*. 5ème ed. Malakoff: Dunod, pp. 572-584.

BAUMARD, P., DONADA, C., IBERT, J. et XUEREB, J.M. (2014). La collecte des données et la gestion de leurs sources (4e édition). Dans: Raymond-Alain Thiétart et al. (ed.). *Méthodes de recherche en management*. 4ème ed. Malakoff: Dunod, pp. 261-296.

XUEREB, J.M. (2014). L'environnement du chercheur (4 édition). Dans: Raymond-Alain Thietart et al (ed.). *Méthodes de recherche en management*. 4ème ed. Malakoff: Dunod, pp. 592-608.

BAUMARD, P., DONADA, C., IBERT, J. et XUEREB, J.M. (2007). La collecte des données et la gestion de leurs sources. Dans: *Méthodes de recherche en Management*. 1st ed. Dunod, pp. 228-262.

IBERT, J., BAUMARD, P., DONADA, C. et XUEREB, J.M. (2001). Data Collection and Managing the Data Source. Dans: *Doing Management Research: A Comprehensive Guide*. 1st ed. SAGE Publications, pp. 172-195.

XUEREB, J.M. (2001). The Research Environment. Dans: *Doing Management Research: A Comprehensive Guide*. 1st ed. SAGE Publications, pp. 389-401.

BAUMARD, P., IBERT, J., DONADA, C. et XUEREB, J.M. (1999). La collecte des données et la gestion de leurs sources. Dans: *Méthodes de recherche en management*. 1st ed. Dunod, pp. 224-256.

XUEREB, J.M. (1999). L'environnement du chercheur. Dans: Raymond-Alain Thietart et al (ed.). *Méthodes de recherche en management*. 1st ed. Dunod, pp. 496-510.

THIETART, R.A. et XUEREB, J.M. (1997). Uncertainty, Complexity and New Product Development. Dans: *Strategy, Structure and Style*. 1st ed. John Wiley & Sons, Inc. pp. 329-356.

XUEREB, J.M. (1995). Croissance interne et compétitivité. Dans: *Management Stratégique et Compétitivité*. 1st ed. De Boeck, pp. 133-155.

Actes d'une conférence

XUEREB, J.M. et DONADA, C. (2006). The Moulin Rouge: From Glory to Brankruptcy. Dans: *2006 ASAC. Case Track Proceedings*. Laurier Business and Ecnomics & Pearson Education Canada, pp. 341-374.

NYECK, S., XUEREB, J.M., LADHARI, R. et GUEMARRA, L. (2000). Typologie d'attitudes de shopping sur Web. Dans: . Montréal: Association Française du Marketing (AFM), pp. 619-630.

XUEREB, J.M. (1994). Managing Planned and Autonomous Innovations : A Matched Sample Comparison. Dans: *2nd International Product Development Management Conference Proceedings*. European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM), pp. 679-693.

WRIGHT, R. et XUEREB, J.M. (1994). Organizational Revitalization within a Knowledge-based Approach of the Firm. Dans: *Proceedings of the Second International Symposium on the Management of Industrial and Corporate Knowledge*. Institut International pour l'Intelligence Artificielle (IIIA), pp. 113-124.

XUEREB, J.M., NYECK, S., PARADIS, S. et CHEBAT, J.C. (1994). Tendances à innover des consommateurs : évaluation empirique de la validité d'une échelle de mesure de l' "Innovativeness" dans un contexte transculturel. Dans: *Actes du Xe Congrès de l'AFM*. Association Française du Marketing (AFM), pp. 203-228.

Conférences

SALK, J., XUEREB, J.M. et NORDBERG, M. (1998). Putting Core Competencies into Practice: The Experience of CERN.

XUEREB, J.M. (1998). Research and the Real World.

SALK, J., NORDBERG, M. et XUEREB, J.M. (1998). Using Analysis of Core Competencies and their Strategic Interconnections to Enhance Performance: The Case of Cern.

INGHAM, M. et XUEREB, J.M. (1997). The Evolution of Market Knowledge in New High Technology Firms : An Organizational Learning Perspective.

BEMMAOR, A.C., KIPPERS, J., KRYCHA, K., ROPERS, D. et XUEREB, J.M. (1996). How Grounded Are Purchase Intent Measures? Dans: Institute of Management, University of Vienna, June 26, (also presented at the ESSEC/HEC/INSEAD seminar), December 17, 1996.

NYECK, S., XUEREB, J.M. et PARADIS, S. (1996). Some Correlates of French Consumer Vacation Preferences.

GATIGNON, H. et XUEREB, J.M. (1996). Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance.

INGHAM, M. et XUEREB, J.M. (1996). The Diffusion of Market Perceptions in New High Technology Firms.

CHEBAT, J.C., NYECK, S., PARADIS, S. et XUEREB, J.M. (1995). Standardisation ou adaptation des échelles de mesures à travers différents contextes nationaux : l'exemple d'une échelle de mesure de l'innovativité.

GATIGNON, H. et XUEREB, J.M. (1995). Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance.

XUEREB, J.M. (1995). Technology and Innovation Management Research in the USA and Elsewhere.

THIETART, R.A. et XUEREB, J.M. (1994). Innovation : How Managers Build Islands of Rationality to Cope with Uncertainty.

XUEREB, J.M. (1994). Innovation and Imitation : The Birth of a Virtual Market.

THIETART, R.A. et XUEREB, J.M. (1994). Uncertainty, Complexity and New Product Development.

XUEREB, J.M. (1993). Managing Autonomous and Planned Innovations : A Matched Sample Comparison.

XUEREB, J.M. et DOUGHERTY, D.J. (1993). Strategic Faux Pas in the Management of Product Innovation.

XUEREB, J.M. (1991). Stratégies d'innovation dans les secteurs de haute-technologie : le piège du marché virtuel.

XUEREB, J.M. (1990). La gestion des processus d'innovation.

Documents de travail

INGHAM, M. et XUEREB, J.M. (1997). *The Evolution of Market Knowledge in New High Technology Firms : An Organizational Learning Perspective*. ESSEC Business School.

BEMMAOR, A.C., KIPPERS, J., KRYCHA, K., ROPERS, D. et XUEREB, J.M. (1997). *Households as Experts: Assessing the Predictive Accuracy of Purchase Intents for Household Durables*. ESSEC Business School Research Center.

GATIGNON, H. et XUEREB, J.M. (1996). *Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance (Revised Version of DR 95025)*. ESSEC Business School.

GATIGNON, H. et XUEREB, J.M. (1995). *Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance*. ESSEC Business School.

XUEREB, J.M. (1994). *Croissance interne et compétitivité*. ESSEC Business School.

XUEREB, J.M., NYECK, S., PARADIS, S. et CHEBAT, J.C. (1994). *Influence de la culture sur les tendances à innover des consommateurs : évaluation empirique de la validité d'une échelle de mesure de l' "innovativeness" au Canada et en France*. ESSEC Business School.

XUEREB, J.M., NYECK, S., PARADIS, S. et CHEBAT, J.C. (1994). *Tendances à innover des consommateurs : évaluation empirique de la validité d'une échelle de mesure de l'"Innovativeness" dans un contexte transculturel*. ESSEC Business School.

XUEREB, J.M. et INGHAM, M. (1994). *The Role of Entrepreneurship and Marketing Perceptions in Innovation Processes*. ESSEC Business School.

THIETART, R.A. et XUEREB, J.M. (1994). *Uncertainty, Complexity and New Product Development*. ESSEC Business School.

XUEREB, J.M. (1993). *Stratégies d'innovation dans les secteurs de haute-technologie : le piège du marché virtuel*. ESSEC Business School.

Compte rendu d'ouvrage

XUEREB, J.M. (1995). Managing Imitation Strategies. Recherche et Applications en Marketing, États-Unis.

Presse

LE NAGARD, E. et XUEREB, J.M. (2006). Ingénieurs et commerciaux : un modèle pédagogique original. *Les Echos*, pp. 10-11.

AUTRES ACTIVITES DE RECHERCHE

Membre d'un comité de lecture

Depuis 2010 International Journal of Business Excellence

Relecteur pour :

Journal of Management Inquiry, Organization Science, Recherche et Applications en Marketing, Revue Française de Gestion, Science & Technology Studies

Affiliations

Depuis 1964 Membre de l'Academy of Management

Depuis 1964 Membre de la Strategic Management Society

Depuis 1964 Membre de l'Association Française de Marketing

Depuis 1964 Membre de l'American Marketing Association

Autres activités de recherche

Depuis 1964 Relecteur pour AMA (American Marketing Association)

Depuis 1964 Relecteur pour EMAC (European Marketing Association)

Depuis 1964 Relecteur pour AIMS (Association Internationale de Management Stratégique)

ACTIVITES PROFESSIONNELLES

Consulting

1998 - 2003 Consultant, GEMINI CONSULTING, France

1998 Professeur invité, Doctoral Consortium in Technology and Innovation Management, Academy of Management,San Diego,

1995 Représentant français à la Technology and Innovation Management Division of the Academy of Management. Professeur invité, Doctoral Consortium in Technology and Innovation Management, Academy of Management, Vancouver

1994 Membre invité, Junior Faculty Consortium (Business Policy and Strategy), Academy of Management, Dallas, Augus