



Professeur (Full) Philippe MOURICOU

Département de rattachement: Strategy,
Entrepreneurship and International Business

Email: philippe.mouricou@essca.fr

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Strategy-as-Practice
- Débat rigueur pertinence
- Sociologie des Sciences et des Techniques

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Management stratégique
- Méthodes de recherche

FORMATION

Diplôme le plus élevé :

- | | |
|------|--|
| 2009 | Doctorat (PhD), Sciences de Gestion, Management Stratégique, Université Paris Dauphine-PSL, France |
| 2004 | DEA en Politique Générale des Organisations, Université Paris Dauphine-PSL, France |

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie et positions académiques

- | | |
|-------------|---|
| Depuis 2023 | Professeur, ESSCA School of Management, France |
| Depuis 2023 | Chef du Département "Strategy, Entrepreneurship and International Business", ESSCA School of Management, France |
| 2020 - 2023 | Responsable du groupe de recherche "Strategy, Entrepreneurship, and International Business", ESSCA School of Management, France |
| 2014 - 2023 | Professeur associé, ESSCA School of Management, France |
| 2013 - 2014 | Professeur de Stratégie, France Business School, France |
| 2010 - 2013 | Professeur de Stratégie, ESCEM, France |
| 2009 - 2010 | Professeur de Stratégie, Institut Supérieur de Gestion de Paris, France |
| 2008 - 2009 | Attaché temporaire d'enseignement et de recherche, Université Paris-Saclay - Paris 11, France |
| 2007 - 2008 | Allocataire de recherche et moniteur, Université Paris Dauphine-PSL, France |

PRIX, DISTINCTIONS ET BOURSES

2009	Prix Roland Caroli 2009 du jeune chercheur en Management Stratégique, Autre Université, France
------	--

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles évalués par les pairs

CARTON, G. et MOURICOU, P. (2017). Is management research relevant? A systematic analysis of the rigor-relevance debate in top-tier journals (1994–2013). *M@n@gement*, 20(2), pp. 166-203.

GARREAU, L., MOURICOU, P. et GRIMMAND, A. (2015). Drawing on the map: An exploration of strategic sensemaking/giving practices using visual representations. *British Journal of Management*, 26(4), pp. 1-24.

PERIER, A., GARROUSTE-ORGEAS, M., MOURICOU, P., GREGOIRE, C. et BRUEL, C. (2014). Writing in and reading ICU diaries: qualitative study of families' experience in the ICU. *PLOS ONE*, 10(9), pp. 110-146.

MOURICOU, P. (2013). Onde de choc sur Skyrock : Du changement dans la première radio Rap et R'n'B de France. *Revue Internationale de Cas en Gestion*, (9).

MOURICOU, P. (2006). Toujours la même chanson : les logiques mimétiques des radios musicales françaises. *Revue Française de Gestion*, 32(164), pp. 77-95.

Manuels

KALIKA, M., MOURICOU, P. et GARREAU, L. (2023). *Le mémoire de master*. 6 ed. Paris: Dunod, 240 pages.

KALIKA, M., MOURICOU, P. et GARREAU, L. (2018). *Le mémoire de master*. 5 ed. Paris: Dunod, 208 pages.

Chapitres d'ouvrages

CARTON, G. et MOURICOU, P. (2019). Les multiples facettes de la pertinence en Management Stratégique. Dans: S. Liarte (ed.). *Les grands courants en Management Stratégique*. 1st ed. Editions Management & Société, pp. 499-521.

MOURICOU, P. et GARREAU, L. (2019). L'analyse des relations dans les démarches qualitatives qui visent la théorisation. Dans: L. Garreau et P. Romelaer (ed.). *Méthodes qualitatives de recherche en gestion et sciences sociales*. 1st ed. Paris: Editions Economica, pp. 210-223.

MOURICOU, P. (2019). Quantifier ou ne pas quantifier ? Dans: J-L. Moriceau et R. Soparnot (ed.). *Recherche qualitative en sciences sociales*. 1st ed. Editions Management & Société, pp. 295-303.

MOURICOU, P. (2010). MUBI, un service de streaming pas comme les autres. Dans: M. Kalika, J.-P. Helfer et J. Orsoni eds. *Management, cas et applications*. 3 ed. Paris: Vuibert.

MOURICOU, P. (2007). Quelle segmentation stratégique pour les majors companies ? Dans: M. Kalika, J.-P. Helfer et J. Orsoni eds. *Management, Cas et Applications*. 2e éd. 1st ed. Paris: Vuibert.

Conférence proceedings

MOURICOU, P. (2012). Different ways to be the same: French radio programmers' practices of competitive imitation. Dans: . Proceedings - Academy of Management (AOM).

Communications (conférences avec comité de sélection)

MAUCUER, R., MOURICOU, P. et RENAUD, A. (2018). Articuler la valeur sociale aux business models de l'entreprise : vers une logique de portefeuille. Dans: XXVIIe Conférence de l'AIMS.

MOURICOU, P. et CARTON, G. (2016). A quoi sert la recherche en management ? Une analyse systématique des contributions au débat rigueur-pertinence (1994-2013). Dans: Etats généraux du management. Toulouse.

MOURICOU, P. et CARTON, G. (2014). How to be Relevant: a Systematic Analysis of the Rigor/Relevance Debate. Dans: Strategic Management EFMD annual meeting. Vienne.

MOURICOU, P. et CARTON, G. (2014). A quoi sert la recherche en Gestion ? Une méta-analyse de la littérature consacrée au fossé entre rigueur et pertinence. Dans: Conférence annuelle de l'AIMS (Association internationale de management stratégique). Rennes.

CARTON, G. et MOURICOU, P. (2014). De la pertinence de la recherche en sciences de gestion : Une méta-analyse de la littérature consacrée au fossé entre recherche et pratique [Relevance of research in Management : a Meta-Analysis of the literature on the rigor/relevance gap]. Dans: Conférence annuelle de l'AIMS (Association internationale de management stratégique). Rennes.

CARTON, G. et MOURICOU, P. (2014). How to Make Management Research Relevant: a Systematic Analysis of the Rigor/Relevance Debate. Dans: 3rd EFMD Higher Education Research Conference. Stockholm.

MOURICOU, P. et CARTON, G. (2013). How to be Relevant: a Systematic Analysis of the Rigor/Relevance Debate. Dans: Strategic Management Society (AMS) annual meeting. Atlanta.

CARTON, G. et MOURICOU, P. (2013). How to be Relevant: A Systematic Analysis of the Rigor/Relevance Debate. Dans: 33rd Strategic Management Society (SMS) Annual Conference. Atlanta.

MOURICOU, P., GARREAU, L. et GRIMAND, A. (2012). Strategizing through visual representations: sensemaking practices at work in a real estate project. Dans: Strategic Management Society annual meeting. Prague.

MOURICOU, P. et GARREAU, L. (2012). Strategizing through visual representations: sensemaking practices at work in a real estate project. Dans: European Group for Organisational Studies Colloquium (EGOS). Helsinki.

MOURICOU, P. et GARREAU, L. (2012). Strategizing through visual representations: sensemaking practices at work in a real estate project. Dans: Dauphine Strategy Workshop. Paris.

MOURICOU, P. et GARREAU, L. (2011). La fabrique de la stratégie dans un projet immobilier: Construire du sens sur la base de représentations visuelles. Dans: Conférence de l'AIMS (Association internationale de management stratégique). Nantes.

MOURICOU, P. et GARREAU, L. (2010). Drawing on the map: The use of plans to shape sense in project organizations. Dans: 'Talk, text and tools in the practice of strategy' First International Strategy as Practice Workshop in North America. Montreal.

MOURICOU, P. (2010). Stratégie et Imitation : Proposition d'une typologie des pratiques d'imitation concurrentielle. Dans: Conférence l'AIMS (Association internationale de management stratégique). Luxembourg.

MOURICOU, P. (2009). All by myself? French radio programmers' practices of creation and imitation. Dans: European Group for Organisational Studies Colloquium (EGOS). Barcelone.

MOURICOU, P. (2009). Les stratégies sont-ils des moutons ? Revue de la littérature et perspectives pour la recherche en Stratégie. Dans: Conférence de l'AIMS (Association internationale de management stratégique). Grenoble.

MOURICOU, P. (2008). Heard it all before: Why do radio programmers imitate each other? Dans: European Group for Organisational Studies Colloquium (EGOS). Amsterdam.

MOURICOU, P. et DE LA RUPELLE, G. (2008). Donner du sens à ses données qualitatives en Systèmes d'Information: deux démarches d'analyse possibles à l'aide du logiciel NVivo 8. Dans: Conférence annuelle de l'AIM. Marrakech.

MOURICOU, P. (2006). Toujours la même chanson : Les logiques mimétiques des radios musicales françaises. Dans: Conférence de l'AIMS (Association internationale de management stratégique). Annecy.

Rapports de recherche, rapports d'étude

MOURICOU, P., ARREOLA, F., MAUCUER, R., RENAUD, A. et SOPARNOT, R. (2016). E-commerce, internationalisation et e-internationalisation des PME, dans « Croissance connectée, les PME contre-attaquent », Rapport du CNNum au Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, p.62-83. Paris: France.

Etudes de cas

MOURICOU, P. (2023). Quels enjeux pour l'édition en France ? G2103. Paris. CCMP.

MOURICOU, P. (2012). Change in Skyrock: 'Mo money mo problems' in the French leading Rap & R'n'B Radio Station. The Case Center.

MOURICOU, P. (2010). Netflix, un pionnier du streaming sur internet G1680. Paris. CCMP.

Contributions intellectuelles orientées vers la pratique, diffusion des savoirs

CARTON, G. et MOURICOU, P. (2017). Pertinence de la recherche en Sciences de Gestion. *The Conversation* Juillet.

GARREAU, L. et MOURICOU, P. (2012). Sens, objets et stratégie en pratiques dans un projet immobilier. *Revue Française de Gestion*, 38(223), pp. 137-152.

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Activités éditoriales

Comité éditorial de revue scientifique

Depuis 2006 Membre du comité scientifique, M@n@gement

Évaluateur d'une publication académique / professionnelle

Depuis 2022 Évaluateur ad-hoc, M@n@gement

Depuis 2022 Évaluateur ad-hoc, Management International

Service à la discipline

Travaux d'évaluation pour une conférence académique

Depuis 2021 Evaluateur, Conférence annuelle, Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), France

Membre adhérent à une association académique

Depuis 2006 Adhésion professionnelle, Association Internationale de Management Stratégique (AIMS)

Organisation/animation de webinaires, séminaires, de tables rondes

2016 - 2016 Quantifier ou ne pas quantifier ? Une analyse systématique de la perception de la quantification des résultats issus des analyses qualitatives par les éditeurs et contributeurs des revues scientifiques en stratégie et management. Workshop AIMS « La quantification des données qualitatives ». Boulogne