



Professeure associée Aude RYCHALSKI

Département de rattachement: Marketing and Retailing

Email: Aude.RYCHALSKI@essca.fr

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Emotions des consommateurs
- Marketing des services, contexte utilitariste
- Comportement des consommateurs dans le contexte des centres d'appels
- Fraude académique
- Engagement des étudiants
- Technologies disruptives

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Fondamentaux du marketing
- Comportement du consommateur
- Études de marché
- Statistiques
- Méthodologie d'analyse quantitative

FORMATION

Diplôme le plus élevé :

- | | |
|------|--|
| 2014 | Doctorat (PhD), Sciences de Gestion, Marketing, Open University, Royaume Uni |
| 2005 | Master of Arts, International Business, Rennes School of Business, France |
| 2005 | Master of Arts, International Business, Open University, Royaume Uni |

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie et positions académiques

- | | |
|-------------|--|
| Depuis 2022 | Professeure associée, ESSCA School of Management, France |
| 2017 - 2022 | Professeur assistant, EM Normandie Business School, France |
| 2010 - 2015 | Professeur assistant, ESCEM, France |
| 2007 - 2010 | Chargé de cours, ESCEM, France |
| 2005 - 2007 | Assistante de recherche, ESCEM, France |

PRIX, DISTINCTIONS ET BOURSES

- | | |
|------|--|
| 2019 | Best In Track Services and CRM. « The Psychology of Frustration: Appraisal |
|------|--|

- Theory, Satisfaction and Loyalty”, Academy of Marketing Science (AMS), Etats-Unis d'Amérique
- 2019 Prix pour l'innovation pédagogique « Challenges Master International Events Management et Stratégie Digitale et Innovation », Fondation, EM Normandie Business School, France

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles évalués par les pairs

- RYCHALSKI, A., BAUDIER, P. et ELOMMAL, N. (2025). Digging up the acceptance factors of QR codes on graves. *Behavior and Information Technology*, 44(14), pp. 3538-3558.
- RYCHALSKI, A. et AUBRY, M. (2024). Diversify Approaches to Better Understand the Compatibility of Artificial Intelligence and Sustainability: “I Love You... Me Neither”. *Journal of Innovation Economics & Management*, 44(2), pp. 1-21.
- DIARD, C., RYCHALSKI, A. et AUBRY, M. (2024). La prise en compte de la relation managériale dans l'attitude vis-à-vis de la caméra de vidéoprotection. *Recherches en Sciences de Gestion - Management Sciences - Ciencias de Gestión*, 160, pp. 293-324.
- GONZÁLEZ-GÓMEZ, H.V., HUDSON, S. et RYCHALSKI, A. (2024). When suppression is good and reappraisal is not: The boiling point of anger in a service encounter. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 39(1), pp. 59-72.
- RYCHALSKI, A., EVON, J. et GAVOILLE, F. (2023). Considérer les émotions dans l'expérience collaborateur: une étude exploratoire auprès des éducateurs spécialisés. *@GRH*, 49(4), pp. 49-70.
- AUBRY, M., DIARD, C. et RYCHALSKI, A. (2022). Le contrat psychologique à l'épreuve du confinement imposé par la COVID-19. *Question(s) de Management*, 40(3), pp. 51-66.
- GONZÁLEZ-GÓMEZ, H.V., HUDSON, S. et RYCHALSKI, A. (2021). The psychology of frustration: Appraisals, outcomes, and service recovery. *Psychology and Marketing*, 38(9), pp. 1550-1575.
- RYCHALSKI, A. et HUDSON, S. (2017). Asymmetric effects of customer emotions on satisfaction and loyalty in a utilitarian service context. *Journal of Business Research*, 71, pp. 84-91.
- HUDSON, S., GONZÁLEZ-GÓMEZ, H.V. et RYCHALSKI, A. (2017). Call centers: is there an upside to the dissatisfied customer experience? *Journal of Business Strategy*, 38(1), pp. 39-46.

Manuels

- RYCHALSKI, A. et CRÉPIN, A. (2025). Le marketing avec Alice, c'est du gâteau ! Levallois-Perret: Studyrarna, France.

Chapitres d'ouvrages

- AUBRY, M. et RYCHALSKI, A. (2021). Comment s'assurer de l'engagement des apprenants durant un cours en ligne ? Dans: Aubry Mathilde, Sow Mamadou Sanoussy eds. *La Transformation Numérique en Entreprise, 100 questions/réponses*. 1st ed. Paris: Ellipses, pp. 100-102.
- BONNEVEUX, E., RYCHALSKI, A. et SOPARNOT, R. (2008). L'entreprise Jérôme face au défi de la relève, la mise en oeuvre d'une GRH responsable. Dans: Emmanuel Raufflet, Pierre Battelier eds. *Responsabilité sociale de l'entreprise : Enjeux de gestion et cas pédagogiques*. 1st ed. Presses Internationales Polytechnique, pp. 107-113.
- BONNEVEUX, E. et RYCHALSKI, A. (2008). Le concept de responsabilité sociale des entreprises appliqué à la gestion des ressources humaines : le cas de Carrefour. Dans: Samuel Grandval, Richard Soparnot eds. *Le management stratégique: Tome 2, Concepts et cas*. 1st ed. Paris: Edition

Hermès, Lavoisier, pp. 211-227.

RYCHALSKI, A. et SOPARNOT, R. (2008). Innovation et comportement stratégique, le cas du couple Ikea-Fly. Dans: Samuel Grandval, Richard Soparnot eds. *Le management stratégique 2 : concepts et cas*. 1st ed. Paris: Edition Hermès, Lavoisier, pp. 131-153.

Conférence proceedings

RYCHALSKI, A. et PALMER, A. (2011). Customer Satisfaction and Emotion in the Call Centre Context. Dans: *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Reims: Springer International Publishing, pp. 67-70.

Communications (conférences avec comité de sélection)

RYCHALSKI, A., GONZÁLEZ-GÓMEZ, H.V. et HUDSON, S. (2024). That Machine Drove Me Crazy: Customer Emotional Wellbeing During a Service Encounter with Humans and Technology: An Abstract. Dans: AMS Annual Conference: Marketing and AI: Shaping the Future Together. Biltmore Miami-Coral Gables, FL.

RYCHALSKI, A., GONZÁLEZ-GÓMEZ, H.V. et HUDSON, S. (2019). The Psychology of Frustration: Appraisal Theory, Satisfaction and Loyalty. Dans: Academy of Marketing Conference. London.

RYCHALSKI, A. (2013). Assessing emotional impacts of call centre interactions. Dans: International Colloquium in Relationship Marketing (ICRM). Rennes.

BONNEVEUX, E., BOSIA, E. et RYCHALSKI, A. (2010). L'éthique du consommateur : proposition d'une échelle adaptée au contexte français. Dans: 7e congrès de l'ADERSE "CSR & Innovation". La Rochelle.

RYCHALSKI, A. et PALMER, A. (2010). The Emotional Aspects of Customer Satisfaction in the Context of a Call Centre. Dans: Conférence de l'Association Française de Marketing. Le Mans.

STEVENS, E., SOPARNOT, R. et RYCHALSKI, A. (2008). Les étapes Amont de l'Innovation, Synthèse Finale. Restitution des travaux de recherche. In : STMicroElectronics. 12 décembre. Tours.

SOPARNOT, R., BONNEVEUX, E. et RYCHALSKI, A. (2008). La mise en oeuvre d'une GRH responsable ou comment une PME devient une référence sociale. Dans: Conférence de l'ASAC. Halifax.

SOPARNOT, R., RYCHALSKI, A. et BONNEVEUX, E. (2008). Innovation de produit et stratégie de premier entrant : Toyota a-t-elle pris une longueur d'avance avec la Prius ? Dans: Atelier de cas pédagogique en Management Stratégique. Paris.

STEVENS, E., SOPARNOT, R. et RYCHALSKI, A. (2007). Les étapes Amont de l'Innovation, Premières Synthèses. In : STMicroElectronics. 19 octobre. Tours.

Etudes de cas

RYCHALSKI, A. et AUBRY, M. (2025). Mesurer et expliquer l'attitude des étudiants vis-à-vis des statistiques. Q0061. Paris. CCMP, pp. 18.

Présentation dans un séminaire de recherche

BONNEVEUX, E., BOSIA, E. et RYCHALSKI, A. (2009). L'éthique du consommateur : adaptation de l'échelle CES au contexte français. Dans: Séminaire de Recherche Marketing Ethique. CRECEM, Tours.

BONNEVEUX, E., BOSIA, E. et RYCHALSKI, A. (2009). Consumer ethics: adapt the CES measurement scale to the French market - a first draft. Dans: ESCM/LMBS Common Research Workshop: Governance Strategies, Tours.

Contributions intellectuelles orientées vers la pratique, diffusion des savoirs

RYCHALSKI, A., GONZÁLEZ-GÓMEZ, H.V. et HUDSON, S. (2024). Comment lutter contre les incivilités envers les agents de la fonction publique ? The Conversation, France.

AUBRY, M. et RYCHALSKI, A. (2021). Enseignement et numérique : (re)trouver l'équilibre. The Conversation, France.

BAZIN, Y. et RYCHALSKI, A. (2020). Master, doctorat : le plagiat progresse-t-il à l'université ? The Conversation.

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Activités éditoriales

Comité éditorial de revue scientifique

2026 - 2026 Éditrice invitée du numéro spécial "Emotion by Design: The Emotional Architecture of Consumer Behaviour in an Era of Emerging Technologies", Journal of Consumer Behaviour

2022 - 2024 Éditrice invitée et évaluateur numéro spécial "Artificial Intelligence and Sustainability", avec Mathilde Aubry, Giorgia Riveccio et Alexander Brem, Journal of Innovation Economics & Management

Évaluateur d'une publication académique / professionnelle

Depuis 2023 Évaluateur ad-hoc, Management & Prospective - Gestion 2000

Depuis 2023 Évaluateur ad-hoc, Systèmes d'Information et Management

Depuis 2020 Évaluateur ad-hoc, Journal of Innovation Economics & Management

Service à la discipline

Organisation/animation de webinaires, séminaires, de tables rondes

2021 - 2021 Disruptechs Agora (DTA21) - Les Technologies Disruptives, avec Réseau de Recherche sur l'Innovation (RRI) et la Fabrique du Futur, EM Normandie Business School, France

2008 - 2008 Open Innovation: Creating Products and Services Through Collaboration, International Society for Professional Innovation Management (ISPIM), France

Service à la communauté professionnelle

Formations continues professionnelles

2023 - 2023 Formation gouvernementale consacrée à la prévention des violences envers les agents publics., Ministère de la transformation et de la fonction publiques, France