



# 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: Studyrama, 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. CRESCEM, Tours.

BONNEVEUX, E., BOSIA, E. et RYCHALSKI, A. (2009). Consumer ethics: adapt the CES measurement scale to the French market - a first draft. Dans: ESCEM/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 Rivieccio 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 Evaluateur ad-hoc, Systèmes d'Information et Management
- Depuis 2020 Evaluateur 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