

Simon Nyeck

Associate Professor, Department Marketing

Academic Director
MBA International
Luxury Brand
Management -
Co-Chair Diversity and
Performance



Contact

✉ **Mail:**
nyeck@essec.fr
✉ Avenue Bernard
Hirsch.
BP 50105
95021 Cergy Pontoise
cedex
FRANCE

Education

Ph.D. Programme Doctoral, ESSEC
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine
ITP, IMD Lausanne

Research Areas

Luxury Brand Management, Consumption and shopping attitudes towards luxury products - Male Consumption and Fashion - Leisure and Cultural Activities

Publications

✉ Academic Publications

Articles

"Consumer Orientation Toward Sporting Events: Scale Development and Validation" (F. Pons, . Mourali , S. Nyeck), *Journal of Service Research*, Feb 2006, Vol. February; vol 8 , Issue Num 3, p. 276-287

"Luxury Brands Online and Offline: The Case of French Brands" (S. Nyeck), *The European Retail Digest*, Jan 2004, Issue 41

"Les hommes, leur apparence et les cosmétiques : approche socio-sémiotique" (F. Dano, E. Roux), *Décisions Marketing*, Jan 2003, Issue 29

"Représentations masculines des produits cosmétiques : étude exploratoire auprès de la population gay canadienne" (S. Nyeck), *Revue Française du Marketing*, Jan 2002, Issue 187

"Role of Sporting Events as Ethnoculture's Emblems: Impact of Acculturation and Ethnic Identity on Consumers' Orientation Toward Sporting Events" (F. Pons, M. Laroche, S. Perreault), *Sport Marketing Quarterly*, Dec 2001, Vol. 10, Issue 45

"L'implantation des entreprises de luxe sur le WWW : un état des lieux" (S. Houde), *Décisions Marketing*, Sep 1997, Vol. 9, p. 45-61

"Standardisation ou Adaptation des échelles de mesure à travers différents contextes nationaux : l'exemple d'une échelle de mesure d'innovativité" (S. Paradis, J. Xuereb, J. Chebat), *Recherche et Application en Marketing*, Jan 1996, Vol. 11, Issue 3, p. 57-74

"Quel Marketing pour les activités artistiques : une analyse qualitative comparée des motivations des consommateurs et producteurs de théâtre" (M. Bergadaa), *Recherches et Applications en Marketing*, Jan 1995, Vol. 10, Issue 4, p. 27-46

Book Chapters

Genre de la marque et stratégies d'innovation marchés : quelles implications pour la gestion des marques ?. In: *L'art de l'innovation*, Mottis, Nicolas ed., Harmattan, Collection Conception et dynamique des organi

(with N. Veg). Paris (France) : Mottis, Nicolas ed., Harmattan, Collection Conception et dynamique des organi, Mottis Nicolas, Essec, Les Echos. 2007, p. 117-124

La vente directe et le marketing direct. In: *Manuel de Gestion* (with P. Desmet). Paris : Ellipses/AUF, 1999, p. 467

Le marketing du point de vente. In: *Manuel de Gestion* (with P. Volle, S. Mace). Paris : Ellipses/AUF, 1999, p. 473

Botanical Garden and Satisfaction of the Tourist : An Explanatory Measurement of the Experience. In: *Quality Management in Urban Tourism* (with L. Bourdeau, S. Paradis). : John Wiley & Sons, MURPHY P.E.. 1997, p. 253-264

📖 Other Publications

Articles published in Conference Proceedings

"Male consumers entering the private sphere: an exploratory investigation of French male rituals and fears around lingerie for male consumption", With N. Ourahmoune, R. Elyette. In : *9th Advances in Consumer Research on Gender, Marketing and Consumer Behavior*, ACR Gender, Marketing and Consumer Behavior Conference. Boston, Massachusetts, pp 480-509. (USA) : Association for Consumer Research , 2008, p. 480-509

"Gender Values and Brand Communication: The Transfer of Masculine representations to Brand Narratives", With N. Ourahmoune. In : *European Advances in Consumer Research, Vol 8* , European Association for Consumer Research. Milan (Italie) : Association for Consumer Research, 2008, p. 181-188

"Brand gender and cross-gender extensions", With N. Veg. In : *Thought Leaders International Conference on Brand Management*, Thought Leaders International Conference on Brand Management. Birmingham (UK) : Birmingham Business School, 2007, p. 1-15

"Consumer Orientation Toward Sporting Events: Scale Development and Validation", With F. Pons, M. Mourali.. : Sage Publications, 2006, p. 276-287

"Le concept de fidélité revisité par une étude qualitative des relations à un site web", With C. Boulaire, R. Ladhari. In : *Actes de la 3ème Journée Nantaise de Recherche sur le e-marketing*,. Nantes (France) : AFM, IAM, IAE Nantes, CGRNA, 2004

"Luxury Brands Online and Offline : The case of French Brands".. : Oxford University Publications, 2004, p. 20-24

"Valeurs culturelles et attitudes par rapport au luxe : l'exemple du Québec", With E. Roux. In : *Actes de la Conférence ASAC : Association des Sciences Administratives Canadienne*,. Halifax, NS (Canada) : ASAC, Dalhousie University of Nova Scotia, 2003

"Valeurs culturelles et attitudes par rapport au luxe : l'exemple du Québec", With E. Roux. In : *Association des Sciences Administratives Canadienne Proceedings*,. Halifax, Nova Scotia (Canada) : Association des Sciences Administratives Canadienne, 2003

"Evaluation of 10 Years of use of the Measurement of Service Quality: The Case of SERVQUAL Instrument", With M. Morales, R. Ladhari, F. Pons. In :

31st EMAC Conference,. Braga (Portugal) : EMAC, 2002

"Why do We Consume Sporting Events? Scale Development and Buying Implications", With F. Pons, M. Laroche, M. Mourali. In : *2001 AMA Summer Educators' Proceedings*,. Washington D.C. (Etats-Unis) : American Marketing Association, 2001, p. 28-30

"Profils de satisfaction des consommateurs par rapport aux évènements culturels : l'exemple du festival de jazz", With S. Paradis, L. Coster (de), L. Bourdeau. In : *AIMAC 2001 Proceedings*,. Brisbane (Australie) : AIMAC, Queensland University of Technology, 2001, p. 110-119

"Profils d'attitudes par rapport aux loisirs culturels : l'exemple des spectacles cinématographiques", With R. Ladhari, M. Morales, F. Pons. In : *AIMAC 2001 Proceedings*,. Brisbane (Australie) : AIMAC, Queensland University of Technology, 2001

"Consumption Patterns of Movies In Latin America", With R. Ladhari, M. Morales, F. Pons. In : *Proceedings of the 6th International Conference on Arts&Cultural Management*,. Brisbane (Australia) : AIMAC, 2001, p. 99-109

"Consumption Patterns of Leisure Activities: The Case of Movies and Sporting Events", With R. Ladhari, M. Morales, F. Pons. In : *Rethinking European Marketing - Proceedings of the 30th EMAC Conference*,. Bergen (Norvège) : NHH & EMAC, 2001, p. 108

"La validité de Servqual : Evaluation des pratiques de recherche à travers divers secteurs", With M. Morales, R. Ladhari, S. Perreault. In : *ASAC 2001: A Management Odyssey*,. London (Ontario) (Canada) : ASAC & IVEY, 2001, p. 21-31

"Typologie d'attitudes de shopping sur Web", With J. Xuereb, R. Ladhari, L. Guemarra. In : *Actes du 16ème Congrès de l'Association Française du Marketing*,. Montréal (Canada) : AFM, 2000, p. 619-630

"La recherche postmoderne en marketing : illustration par l'analyse des typologies de shopping sur web", With R. Ladhari, H. Dhrieff. In : *Actes des 1ères Journées de la Recherche en Sciences de Gestion, 2-4 décembre 1999*,. Tunis (Tunisie) 1999

"Développement et validation d'un outil de mesure de l'orientation des consommateurs par rapport aux événements sportifs (OES)", With F. Pons. In : *Actes du Congrès de l'Association Française du Marketing- AFM 14-15 mai 1998*,. Bordeaux 1998

"Internet : Communication de luxe et gestion de la marque", With E. Roux. In : *Proceedings of ASAC Conference*,. St John's NF (Canada) : Association Sciences Administratives Canadienne, 1997, p. 123-133

"WWW as a Communication Tool for Luxury Brands: Compared Perceptions of Consumers and Managers", With E. Roux.. La Londe les Maures (France) 1997, p. 296-316

Press Articles

"Genre de la marque et stratégies d'innovation marchés : Quelles implications pour la gestion des marques". *Les Echos, special Innovation*, 15 Jun 2006, p. 2-3

"Assessment of SERVQUAL Validity : An Evaluation of 10 Years of Use of the Measurement of Service Quality". 01 Feb 2002

Other Activities

▾ Scientific Activities

Conference Presentations

Nyeck, Simon, Elyette Roux (2001), "Does Product Category Matters in Marketing Luxury Brands via WWW: Contrasting Consumers and Managers Views ". Hawai Conference on Business, June 14-17, Honolulu, Hawai, USA.

Roux Elyette et Nyeck, Simon, (2000), " La relation des hommes à la beauté : Etude exploratoire dans le domaine des produits cosmétiques in Actes du 16ème Congrès de l'Association Française du Marketing- AFM, Vol 16, tome 2, 18-20 mai 2000, Montréal, Canada. pp. 901

Nyeck, Simon et Riadh Ladhari (2000), " Le comportement du consommateur des activités cinématographiques : une approche qualitative". Présenté à la Conférence de l'ASAC-IFSAM, juillet 2000, Montréal Canada.

J-M. Xuereb , Marc Ingham et Nyeck, Simon, (2000) " The Evolution of Market Knowledge In New High Technology Firms : An Organizational Learning Perspective." Présenté à la Conférence de l'ASAC-IFSAM, juillet 2000, Montréal Canada.

Nyeck, Simon, Stéphane Gauvin et Tom Donovan, (1998). "Les déterminants du Shopping via WEB : une analyse exploratoire". Congrès de l'Acfas, mai 1998, Québec.

Nyeck, Simon, Sylvie Paradis et J-M. Xuereb (1996), "Some Correlates of French Consumers Vacation Preferences Patterns: Preliminary Findings." European Institute of Retailing and Services Studies, in Proceedings of 3rd International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science. EIRASS, june 22-25, Insbrück, Austria. P. 144

Nyeck, Simon, Sylvie Paradis et Tom Donovan (1996), "Some determinants of Electronic Shopping Experience : An Exploratory Investigation". European Institute of Retailing and Services Studies, in Proceedings of 3rd International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science. EIRASS, june 22-25, Insbrück, Austria. P. 143

Nyeck, Simon, Sylvie Paradis et J-M. Xuereb (1996) "Hedonic Consumption and Consumer Innovativeness: An Evaluation of Alternative Measurements in Cross-national Settings",in Proceedings of the 25th EMAC Conference-European Marketing Academy Conference, 14-17 May 1996, Budapest, Hungary.

▾ Affiliations and Academic Responsibilities

Membre de l'European Marketing Academy(EMAC)

Membre de l'American Marketing Association(AMA)

Membre de l'Association Française de Marketing

Membre de l'Association des Sciences Administratives Canadiennes (ASAC)

Membre de l'Association for Consumer Research (ACR)