

Philippe Jourdan

Né en 1967, Philippe Jourdan est diplômé d'HEC et Professeur des Universités (IAE de Créteil). Il est membre de l'AFM, de l'AMA, de l'ACR, du comité scientifique du CESP (depuis 2003), de l'ADETEM. Il a été nommé rédacteur en chef de la revue française du marketing (RFM) en juin 2011.

Après avoir exercé le métier de consultant en marketing pendant 10 ans et celui de directeur d'études chez GfK, Philippe Jourdan crée en août 2000 Panel On The Web, un cabinet d'études et de conseils, dont il est Associé fondateur. Les créations des sociétés JPL Consulting dédiée au conseil en marketing et à la mesure de la « brand value », de Panel On The Web Field (à Casablanca en 2009) spécialisée en production d'études en ligne et de Promise Consulting Inc (à NY en 2008) complètent le groupe d'activités au service du langage des décideurs. 5 prix ont été attribués par les trophées de Marketing Magazine et du SEMO aux innovations méthodologiques de ces sociétés entre 2006 et 2011, récompensant les passerelles réalisées par l'équipe entre la recherche fondamentale et appliquée.

Philippe Jourdan est également auteur de nombreux articles tant en France qu'à l'étranger sur le capital marque et la communication publicitaire. Il s'est vu décerner le prix de la meilleure conférence en 2000 par le 16ème Congrès International de l'Association Française du Marketing. Il a enfin coécrit les ouvrages collectifs suivants :

- Marketing Research (Dunod 2006)
- L'essentiel du cours : études et recherches commerciales. (Nathan 2010).
- A nouveaux consommateurs, nouveau marketing : zoom sur le Conso Battant (Dunod 2011).