



Anne KRUPICKA

MCF

akrupicka@poitiers.iae-france.fr

IAE de Poitiers

Membre du laboratoire : CEREGE

Biographie

Anne Krupicka est maître de conférences en sciences de gestion. En 2000, elle soutient un Doctorat à l'Université Panthéon-Sorbonne sur l'avantage des marques pionnières, travail pour lequel elle reçoit le Prix de thèse décerné par la Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises et l'Association Française de Marketing. Nommée à l'IAE de Poitiers en 2001, elle développe ses axes de recherche sur la conception et la diffusion des innovations. De 2008 à 2011, elle s'associe à la création d'une entreprise de distribution d'équipements sportifs. Forte de cette expérience, elle collabore ensuite au développement de concepts innovants auprès de PME (Missions Prim'innov). Elle anime également la semaine du marketing, moment privilégié de rencontre entre entrepreneurs, étudiants et enseignants-chercheurs.

Thématique de recherche

Les activités pédagogiques d'Anne Krupicka l'amènent à donner des cours en Marketing Fondamental, en Distribution, en gestion de projet et en méthodes d'études qualitatives et en analyse des données marketing.

Ses activités de recherche l'amènent à travailler avec des organismes divers tels que la CCI du Poitou-Charentes, les PME régionales... l'ensemble de ces recherches sont ancrées en Marketing et s'intéressent aux stratégies d'innovation, aux stratégies de marché et plus particulièrement à leurs créations et leur développement.

Les publications

Research Gate :

[Voir les publications...](#)

Les articles publiés

Comité de lecture répertorié au HCERES, au CNRS, à la FNEGE ou base de données internationale

KRUPICKA A., COUSSI O., (2017), Understanding the institutional innovation process through ANT highlighted by the proximities of resources, *Gestion et Management Public*, ISSN : 2116-8865, (HCERES : C, FNEGE : 4), volume : 5, n° : 3.

KRUPICKA A., DE LA VILLE I., (2016), The child "in absentia" in furniture retail catalogues, *International Journal of Retail & Distribution Management*, volume : 44, n° : 10.

KRUPICKA A., MOINET N., (2015), L'intelligence marketing au service de la co-innovation : le rôle clé des communautés stratégiques de connaissance, *La Revue des Sciences de Gestion*, ISSN : 1160-7742, (HCERES : C, FNEGE : 4), volume : 5, n° : 275-276.

KRUPICKA A., COUSSI O., MOINET N., (2014), L'intelligence économique territoriale : Utopie des territoires ou territoire des utopies ?, *Communication et organisation*, volume : 45, n° : 45-2014.

Comité de lecture non répertorié au HCERES, au CNRS, à la FNEGE ou base de données internationale

KRUPICKA A., DE LA VILLE I., CRISTAU Cécile, (2012), Rendre l'utilisateur actif dans le processus de conception de mobilier pour enfants, *STRENAE*, volume : 4, n° : 4-2012.



Les chapitres publiés

KRUPICKA A., DE LA VILLE I., (2016), Vendre une chambre d'enfant : un design nourri par les apports du point de vente, 50-63, , BROUGERE Gille, DAUPHRAGNE Antoine, Editions Nouveau Monde, Paris, Labellisé FNEGE : Non.

KRUPICKA A., (2013), De la morphogenèse des réseaux à la diffusion des innovations, 261-275, , GOLLETY M., Eska, Paris, Labellisé FNEGE : Non.

Les communications dans un colloque

KRUPICKA A., (2018), DE LA COMPREHENSION DU BIAIS DE STATU QUO POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT : VERS UNE MOBILITE DES PREFERENCES, 6 pages, Congrès annuel AFM, Strasbourg.

KRUPICKA A., COUSSI O., MOINET N., (2018), Les listes d'entreprises stratégiques : objet frontière ou objet barrière de la politique publique d'intelligence économique territoriale ?, 15 pages, AIRMAP, Biarritz.

KRUPICKA A., MOINET N., (2015), L'intelligence marketing au service de la co-innovation : le rôle clé des communautés stratégiques de connaissance , 20 pages, Colloque LARA, Paris.

KRUPICKA A., COUSSI O., (2015), Les proximités à l'œuvre dans un projet de dispositif institutionnel d'accompagnement de l'innovation en train de se faire , 20 pages, 8 emes Journées de la proximité, Tours.

KRUPICKA A., (2013), De la conception à la diffusion : l'expansion du réseau de l'innovation, Colloque de l'AFM, La Rochelle.

KRUPICKA A., (2012), En quoi la Théorie de l'Acteur Réseau peut intéresser les chercheurs en marketing , 29ème Congrès de l'AFM,