



Christian MARCON

Professeur
CMarcon@poitiers.iae-france.fr
IAE de Poitiers
Membre du laboratoire : CEREGE

Biographie

Christian Marcon est professeur des universités en sciences de l'information et la communication à l'IAE - Université de Poitiers et membre de l'axe Intelligence Stratégique Internationale au sein du laboratoire CEREGE.

A partir de ses recherches sur les stratégies d'acteurs en réseau et l'intelligence économique il a coécrit avec Nicolas Moinet *La stratégie-réseau* (2000), *Développez et activez vos réseaux* (2008), *L'intelligence économique* (2011), et publié *La recherche française en intelligence économique* (2014). Depuis 2016, il est corédacteur en chef de la *Revue Internationale d'Intelligence Économique*.

Co-président du colloque annuel franco-canadien COSSI (Communication, Organisations, Société du Savoir, Information), il est aussi membre du Groupe de Recherche international sur Information et la Communication Durable (GRICODD).

Responsable du master Communication des Organisations, Christian Marcon dispense en licence et master des enseignements classiques des cursus en information-communication (communication événementielle) mais aussi des enseignements directement connectés à ses recherches (veille et intelligence économique, management en réseau, recherche-action en communication, écriture scientifique...). Il s'appuie notamment sur ces derniers cours pour préparer ses étudiants à de possibles recherches en doctorat.

Impliqué dans les relations avec les professionnels, il est membre du bureau de l'association des professionnels de la communication de la Vienne (RéseauCom86). C. Marcon attache de l'importance à la diffusion et la vulgarisation des connaissances. A ce titre, il assure de nombreuses conférences, anime des débats et tables-rondes, publie des billets sur [son blog](#).

Thématique de recherche

Christian Marcon assure des enseignements au carrefour de l'intelligence économique (management des réseaux, veille et intelligence économique) et de la communication (marketing de l'événement, communication événementielle, communication orale). Il prépare également les étudiants des master en communication de l'IAE de Poitiers à la recherche et intervient dans le Diplôme d'université Recherche de l'IAE.

Christian Marcon poursuit ses recherches dans trois directions : l'intelligence économique, objet de recherche encore insuffisamment exploré dans sa dimension communicationnelle ; les stratégies-réseaux dans leurs aspects stratégiques, relationnels et numériques ; la question de la durabilité en matière d'information et de communication (dans le cadre du GRICODD - Groupe franco-canadien de Recherche sur l'Information, la Communication et la Documentation Durable - incluant la problématique que l'hybridation des connaissances.

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

MARCON C., (2016), Cartographie d'un réseau de collaboration et d'influence : les leçons d'une expérimentation dans le cadre d'un projet de cluster culturel, *Revue Internationale d'Intelligence Economique*, volume : 8, n° : 1/2016.



MARCON C., (2015), Approche bibliométrique élémentaire des publications en intelligence économique dans les revues françaises en sciences de l'information et la communication, *Communication et organisation*, volume : 47/2015, n° : 47.

MARCON C., (2014), De l'élaboration maîtrisée de la marque à sa co-élaboration. Approche sémiotique et stratégique d'un cas, *Communication et Management*, n° : 1.

MARCON C., (2013), De la mesure aux hypothèses explicatives : regard sur 15 ans d'oubli, *Communication et organisation*, n° : 42/2012.

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

MARCON C., Sylvie Grosjean, (2016), La communication durable vue par les professionnels de la communication. Une approche exploratoire des actions et représentations des acteurs, *COSSI (Communication Organisations Société du Savoir Information)*, volume : 1/2015, n° : 1.

MARCON C., (2013), Pratiques communicationnelles durables : interrogations sur la transposabilité d'un concept, *Revue de l'Université de Moncton*, volume : 44/n°1, n° : 44.

MARCON C., (2012), Stratégie-réseau en intelligence économique : conviction versus analyse, *Revue Internationale d'Intelligence Economique*, volume : 4, n° : 1/2012.

Les chapitres publiés

MARCON C., (2018), Co-élaboration des symboles identitaires d'un territoire. Le cas de l'identité maritime de La Rochelle, 271-294, , Aquilina M., Mahéo C., Pugnière-Saavedra F., Presses Universitaires de Laval, Laval, Labellisé FNEGE : Non.

MARCON C., (2017), La recherche française en intelligence économique, 322-329, , Nicolas Moinet, Alice guilhon, Pearson, Paris, Labellisé FNEGE : Non.

MARCON C., (2015), Les réseaux, un outil de stabilisation, 369-380, , Ludovic François, Romain Zerbib, Lavauzelle, Paris, Labellisé FNEGE : Non.

MARCON C., ALLOING C., (2015), Quelle perception des classements de blogs par leurs auteurs ? le cas Wikio, 61-80, , Julie Bouchard, Etienne Candé, Hélène Cardy, Gustavo Gomez-Meija, Peter Lang, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, Labellisé FNEGE : Non.

Les ouvrages publiés

MARCON C., (2014), La recherche française sur l'intelligence économique. Bilan et perspectives, 237 pages, L'Harmattan, Paris, Labellisé FNEGE : Non.

MARCON C., MOINET N., (2011), L'intelligence économique, 128 pages, Dunod, Paris, Labellisé FNEGE : Non.

Les communications dans un colloque

MARCON C., (2017), L'effet de levier réticulaire : un concept opératoire pour les stratégies d'intelligence économique, 12 pages, Colloque International IFBAE Poitiers, Poitiers.

MARCON C., (2016), Distance informationnelle scientifique : le risque d'une altérité informationnelle ? , 13 pages, 8e COSSI, Montpellier.

MARCON C., (2015), La recherche française en intelligence économique, 20E Colloque de l'Association Information et



Management, Rabat.

MARCON C., Grosjean Sylvie, (2015), La communication durable vue par les professionnels de la communication. Une approche exploratoire des actions et représentations des acteurs, 10 pages, 7^e COSSI (Communication, Organisation, Société du Savoir, Information) , Montréal.

MARCON C., Grosjean Sylvie, Mallowan Monica, Maurel Dominique, Liquète Vincent, (2015), Mémoire organisationnelle et pratiques d'écritures durables : le cas des notes de terrain comme genre de communication organisationnelle, 43e Congrès de l'Association canadienne des sciences de l'information, Ottawa.

MARCON C., BELAVOIR M., (2014), Co-élaboration des symboles identitaires d'un territoire. Le cas de l'identité maritime d'un territoire, 24 pages, Colloque International Communication Touristique, Vannes.

MARCON C., (2013), Pratiques communicationnelles durables. Interrogations sur la transposabilité d'un concept, 5^{ème} COSSI, Moncton.

MARCON C., MALLOWAN M., (2013), Competitive intelligence as a State of Mind to Information Transculture, ASIS&T, Montréal.

MARCON C., MALLOWAN M. , (2013), Pratiques informationnelles durables. Un survey de littérature, Congrès des Milieux Documentaires, Montréal.

MARCON C., **ALLOING C.**, (2012), Quelles perceptions des classements de blogs par leurs auteurs ? Le cas Wikio, Colloque International « La médiatisation de l'évaluation", Paris.

MARCON C., (2011), Hybridation des savoirs en intelligence économique. Quel rôle pour les blogs ?, MUSSI, Toulouse.

MARCON C., (2011), De la communication stratégique maîtrisée à la communication collective intelligente. Le cas de la stratégie Twitter d'un institut, 3e Colloque Spécialisé en Sciences de l'Information, Moncton.