

Benoît Petitprêtre

Maître de conférences

Le parcours de Benoît Petitprêtre

Benoît Petitprêtre a soutenu sa thèse en 2010 à l'université Paris II Panthéon Assas. Il enseigne depuis une quinzaine d'années le marketing après avoir travaillé pendant dix ans en entreprise dans des fonctions commerciales et marketing.

Publications

- B. Petitprêtre, E. Lauthier (2015) Mécénat d'entreprise et marketing : une relation à découvrir par le don, Journée de recherche Association Française de Marketing, Don, gratuité, prix, valeur, 10 et 11 décembre VALLOREM, IAE de Tours.
- B. Petitprêtre, J. Mejjad (2016) Entre mensonge, authenticité et storytelling, les nouveaux récits du marketing : un regard sur le marketing en tant que technique, Journée d'études « Un nouveau regard sur la triche et le mensonge » 25 mars, LIRSA, Cnam Paris.
- J.-L. Pernin, B. Petitprêtre (2013), L'intention d'achat de produits biologiques régionaux : une recherche exploratoire sur la base de la théorie du comportement planifié, Revue d'Etudes en Agriculture et Environnement, vol 94, N°3, 317-338.
- B. Petitprêtre, N. Ozcaglar, J.-L. Pernin (2012), Consommateurs, in Dictionnaire du commerce équitable V Blanchet et A Carimentrand, Editions Quae.
- J.-L. Pernin, B. Petitprêtre (2012), Commerce équitable et scepticisme : une typologie des consommateurs, Décisions marketing, n°66, 47-58

[+ Revenir à la liste des enseignants](#)

<https://strategies.cnam.fr/presentation/equipes-professorales/benoit-petitpretre-899084.kjsp?RH=3758259628795050>