



Réalisations de nos étudiants

Trophée Syntec des études marketing et opinion

2

Publications scientifiques

11

Présentations orales lors de congrès scientifiques internationaux

12

Présentations récompensées de posters lors de congrès scientifiques internationaux

13



Trophée Syntec des études marketing et opinion

2014 – 8^{ème} édition – 1^{er} prix mémoire Master 2 collectif

« 1, 2, 3 Viens décrire ton idéal avec moi. Le parcours sensoriel : De l'art d'interroger les enfants pour révéler leur produit idéal »

Margot BRARD, Alexia CARIOU, Camille LAUTRET, Marie LE LAY, Cécile NATCHEZ



Trophée Syntec des études marketing et opinion

2013 – 7^{ème} édition – 1^{er} prix mémoire Master 2 collectif

« Identité d'un parfum, entre univers marketing et réalité sensorielle »

Elodie DUFEIL, Audrey EMZIVAT, Alicia GEHIN,
Nelly LE CAM





Trophée Syntec des études marketing et opinion

2012 – 6^{ème} édition – 1^{er} prix mémoire Master 1 collectif

« FOOD DESIGN, élaboration d'une méthodologie innovante pour appréhender la compréhension, la perception et l'appréciation d'un concept par les consommateurs »

Laetitia FAUVEAU, Marion IANOTTO, Aurélie LE BESCOND ,
Anne MICHEL., Julie PARCHEMINAL, Tiphaine PICHON





Trophée Syntec des études marketing et opinion

2011 – 5^{ème} édition – 1^{er} prix mémoire Master 1 collectif

« Affichage de l'éco-conception : approche quantitative d'une problématiques complexe »

Perrine BAUDRY, Coline RONDEAU





Trophée Syntec des études marketing et opinion

2011 – 5^{ème} édition – Prix spécial du jury

« Intimate projective mapping : comment le contexte et les états émotionnels peuvent aider à comprendre le comportement du consommateur »

Maud LEPORTIER, Lisa DEFEYTER, Charlène
BENNIZA





Trophée Syntec des études marketing et opinion

2010 – 4^{ème} édition - 1^{er} prix mémoire Master collectif

« Une nouvelle méthode de tri : le tri hiérarchique »

Mélusine HERSCHTAL, Cathy KERMARREC,
Stéphanie MELHINGER, Charles DE LA
PORTBARRE, Camille SCHMIED





Trophée Syntec des études marketing et opinion

2009 – 3^{ème} édition - 1^{er} prix mémoire Master collectif

« Quelle est l'influence de l'apport d'information telle que la liste des ingrédients et l'appellation du produit sur la perception du consommateur ? »

Lucie DECRETON, Carole JEGOU, Laure LE PAIH,
Magali MONNIER





Trophée Syntec des études marketing et opinion

2008 – 2^{ème} édition - 1^{er} prix mémoire Master collectif

*« Les consommateurs ont la parole !
Application à douze parfums de luxe »*

Mélanie COUSIN, Maelle PENVEN, Mathilde
PHILIPPE, Marie TOULARHOAT





Trophée Syntec des études marketing et opinion

2007 – 1^{ère} édition - 1^{er} prix mémoire Master collectif

« L'influence de la marque sur l'appréciation hédoniste d'une confiture de fraises »

Cécile PAIREAU, Gaël CHEVE, Guilaine PERON



Publications scientifiques

Pagès J., Berthelo S., Brossier M., Gourret D. (2014). *Statistical penalty analysis*. Food quality and Preference, volume 32, 16-23.



Présentations orales lors de congrès scientifiques internationaux

« *Adapting the Ideal Profile Method and its analysis to children: a perfumes case study* », Brard M., Cariou A., Lautret C., Le Lay M., Natchez C., Lê S. (Sensometrics 2014 & Eurosense 2014).

« *Construction of confidence area in sensometry* », Huynh M-N, Martin C., Cadoret M., Husson F. (Sensometrics 2012).

« *A sonic branding methodology for matching brand values to a sound logo: the Sennheiser case study* », Brécheteau J., Guillamet K., Lebastard A., Lê S. (Sensometrics 2012).



Présentations récompensées de posters lors de congrès scientifiques internationaux

- « *Another way to treat JAR scales: application to the sensory characterization of products* », Berthelo S., Brossier M., Gourret D., Pagès J. (Sensometrics 2012, premier prix poster)
- « *Ideal Profile Method: an efficient way to improve products? Ideal Profile Method: an efficient way* », Crine A., Gruel A., Lê S. (Sensometrics 2012, second prix poster)
- « *A napping based methodology for quickly getting a model of consumer emotions* », Lê M-T, Carré Q., Lê S. (Sensometrics 2012, troisième prix poster)
- « *Intimate Projective Mapping: combining context and emotional states to understand consumer behaviour* », Benniza C., Defeyter L., Leportier M., Lê S. (CARME 2011, premier prix poster).