



06 69 44 20 83



romain.debru@gmail.com



Annecy

Rattaché au laboratoire IREGE de l'Université Savoie Mont Blanc

## COMPÉTENCES

Autonomie

Méthodes quantitatives

Méthodes qualitatives

Logiciel JASP, SPSS

Anglais Niveau B2

## ACTIVITÉS DOCTORALES

### 2022

Lauréat du prix de thèse de l'Ecole Doctorale Sciences de Gestion de Grenoble

### 2021

Intégration de la commission Ethique et Déontologie de la Recherche de l'AFM

### 2020

Participation au programme CEFAG de la FNEGE

### 2019/2020

Secrétaire de l'Axe Comportements Responsables et Enjeux Sociétaux du laboratoire CERAG

### 2019

- Participation au Doctoral Bootcamp de l'AFM
- Participation au colloque doctoral de l'AFM

## FORMATION

- Doctorat en **Sciences de Gestion, spécialité Marketing** (2018/2022, Université Grenoble Alpes)
- Master 2 **Advanced Research in Marketing** (mise à niveau en tant qu'auditeur libre, 2018/2019, IAE Grenoble)
- Master **Nutrition et Santé Humaine** (2016/2018, Université de Clermont Auvergne)
- Master **STAPS, Activité Physique Adaptée** (2014/2016, Université de Clermont Auvergne)

# ROMAIN DEBRU

Maître de conférences en marketing à l'IAE Savoie Mont Blanc

## THÈMES DE RECHERCHE

Marketing Social

Comportements de santé

Théorie de l'Auto-Détermination

Populations vulnérables

## ENSEIGNEMENTS

2022 - 2023

ATER à l'IAE de Tours Val de Loire

### Enseignements

**Licence 3 Parcours Sciences de Gestion :**

Etudes Quantitatives (10h CM ; 30h TD) ; Marketing (36h TD) ; Techniques de négociation commerciale (2h CM ; 12h TD) ; Simulation de gestion (38h TD) ; Réseaux sociaux et e-communication (10h CM ; 36h TD)

**Licence 1 :**

Introduction à la gestion (4h CM)

2019 - 2022

Vacataire à l'IAE de Grenoble

### Enseignements

**Licence 3 Management :** Etude de cas Marketing (36h - TD)

**Master 1 Marketing Vente :** Marketing des Services (9h CM) ; Marketing Social & Sociétal (18h TD) ; Marketing Management (36h TD)

### Implication pédagogique

**Licence 3 Management :** Suivi de 1 mémoire

**Master 1 Marketing Vente :** Suivi de 9 mémoires

**Master 2 Marketing Digital :** Encadrement de 2 alternants

## RECHERCHES EN COURS

- **Rédaction d'un article** portant sur des entretiens visant à mieux comprendre les comportements d'activité physique et de sédentarité chez des adultes défavorisés (journal visé : Journal of Consumer Behavior, rang 4 FNEGE)
- **Rédaction d'une revue systématique** de la littérature sur l'efficacité des interventions en marketing social ayant pour objectif de modifier les comportements d'activité physique et de sédentarité (journal visé : Health Policy, rang 2 FNEGE)
- **Rédaction d'un article** portant sur deux expérimentations en ligne ayant pour objectif de tester différentes communications pour réduire les comportements de sédentarité (journal visé : Social Science & Medicine, rang 2 FNEGE)
- **Réalisation de deux expérimentations en ligne** en 2023 sur la frustration des besoins psychologiques fondamentaux en lien avec la théorie de l'auto-détermination dans le contexte de l'activité physique et de la sédentarité chez des adultes défavorisés (budget obtenu)

# VALORISATION

## Publications

- **Un chapitre d'ouvrage** : Debru, R., Helme-Guizon, A., Lépine, V., Guizani, H. & Pison, C. (2022), Chapitre 3. Vers une meilleure compréhension des comportements de santé en vue de les faire évoluer : l'intégration de la théorie de l'auto-détermination au modèle socio-écologique. Dans : Karine Gallopel-Morvan éd., Marketing social et nudge: Comment changer les comportements en santé ? (pp. 60-67). Caen: EMS Editions.
- **Un article** : (rang 3 FNEGE). Helme-Guizon, A. & Debru, R. (2020), Bien vieillir et bien-être : le rôle des objets connectés dans l'activité physique des seniors. Décisions Marketing, 98, 15-36.

## Communications

- Debru, R. (2023), Motivations to Compensate Physical Activity and Sedentary Behaviors: A Formative Research among Disadvantaged Adults: A Structured Abstract, Academy of Marketing Science World Conference, Canterbury, UK, July 11th-14th.
- Debru, R. (2023), Contribution à la compréhension du processus de compensation des activités physiques chez des adultes défavorisés : le rôle du caractère imposé du comportement, Congrès International de l'Association Française de Marketing, Vannes, France, 10-12 mai.
- Debru, R. (2022), Understanding physical activity and sedentary behaviors among disadvantaged adults: a qualitative approach based on motivational and interactional dynamics, European Marketing Academy Conference, Budapest, Hungary, May 24th.
- Debru, R et Helme-Guizon, A. (2022), Towards a theory-based model to induce behavioural change in terms of physical activity and sedentarity: an application to adults living in a low socioeconomic position, European Social Marketing Conference, Thessalonique, June 22th - 24th.
- Debru, R. (2021), Comprendre Les activités physiques et les comportements sédentaires chez des adultes défavorisés : Une approche par les dynamiques motivationnelles et interactionnelles, Congrès International de l'Association Française de Marketing, Angers, 19 - 21 mai.
- Debru, R., Helme-Guizon A., & Pison C. (2020) Social marketing program for improving physical activity practice and reduce sedentary lifestyle (poster)., "Time to Move": 3rd edition of the International Transplantoux Symposium, Louvain, Belgique, February 7th,8th.

## Vulgarisation

- Contribution à l'ouvrage collectif de l'AFM (Wiki) : Helme-Guizon, A et Debru, R. (2022), Adopter une démarche éthique et intègre dans une étude marketing.
- Un article dans The Conversation : Helme-Guizon, A. et Debru, R. (2020), Les outils numériques, partenaires du bien-vieillir des seniors.