

# JONATHAN DESCHÊNES, Ph.D., M.Sc.

Professeur adjoint en marketing, HEC Montréal

✉ [jonathan.deschenes@hec.ca](mailto:jonathan.deschenes@hec.ca)

☎ 1.514.340.6366

Bureau: 4.768

## DIPLOMES D'ÉTUDES SUPÉRIEURES

---

**Doctorat en philosophie (Ph.D.) en administration** **2009**

Majeure en marketing et étude de la consommation (consumer research)

Mineure en anthropologie et sociologie

*Exploring the wish factory: Ethnographic Insights into*

*The Charitable Business of Wish Granting*

Concordia, Montréal

Directrice de thèse: Dr. Annamma Joy, (UBC Sauders)

**Maîtrise ès sciences (M.Sc.) en administration** **2002**

Spécialisation en marketing

Titre du mémoire : Les rêves de consommation: Une étude exploratoire.

HEC Montréal, Montréal

Directeur de mémoire : Dr. Alain d'Astous (HEC Montréal)

**Baccalauréat en administration des affaires (B.A.A.)** **2000**

Spécialisation en marketing

HEC Montréal, Montréal

## PUBLICATIONS ET CONFÉRENCES

---

### Articles publiés dans des revues arbitrées

Joy, Annamma, John F. Sherry Jr, Gabriele Troilo et Jonathan Deschenes (2010), "Re-thinking the relationship between self and other: Levinas and narratives of beautifying the body", *Journal of Consumer Culture*, vol. 10 (3), 333-361.

Vankatesh, Alladi, Annamma Joy, John F. Sherry Jr. and Jonathan Deschenes (2010), "The aesthetics of luxury fashion, body and identify formation", *Journal of Consumer Psychology*, vol. 20 (4), 459-470.

Joy, Annamma, John F. Sherry, Alladi Venkatesh and Jonathan Deschenes (2009), "Perceiving images and telling tales: A visual and verbal analysis of the metaphor of the Internet", *Journal of Consumer Psychology*, vol. 19 (3), 556-566.

Joy, Annamma, John F. Sherry J. and Jonathan Deschenes (2009), "Conceptual blending in advertising", *Journal of Business Research*, vol. 62, 39-49.

d'Astous, Alain and Jonathan Deschenes (2005), "Consuming in one's mind: An exploration", *Psychology & Marketing*, vol. 22 (1), 1-30.

## **Monographie**

Boisvert, Jean et Jonathan Deschenes (2002). *La recherche commerciale quantitative avec SPSS : Document pratique*. Cahier du CETAI, ENS-02-01, HEC Montréal. ISSN : 0840-9757.

## **Chapitres de livre**

Deschenes, Jonathan et Jean-Sébastien Marcoux (2011). Le marketing du don charitable : Une analyse critique et réflexive, in Bergadaà, Michelle, Marine Le Gall-Ely et Bertrand Urien (Eds.), *Don et pratiques caritatives*. de Boeck University, Collection Méthodes & Recherches, p. 99-112.

Joy, Annamma, John F. Sherry, Gabriele Troilo, and Jonathan Deschenes (2007). Writing it up, writing it down: Reflexivity in accounts of consumer behavior. In Russell W. Belk (Ed.), *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*. Edward Elgar Publishing, 345-360.

Deschenes, Jonathan (2005). L'Ar(t)chéologie ou l'esthétique de la profondeur de la surface. In Louise Déry et Audrey Genois (Commissaires), *Glissement. Art et Écriture*. Galerie de l'UQAM, Montréal.

## **Conférences**

Deschênes, Jonathan et Marie-Agnès Parmentier (2010). La netnographie : L'étude des communautés virtuelles de marques. *Vigie et recherche marketing : Les meilleures méthodes de recherche pour renforcer vos stratégies*, Conférence Infopresse.

Morissette, Melissandre et Jonathan Deschenes (2010). Revisiting banking experience: A ZMET Exploration. *ACFAS*, May 2010.

Deschenes, Jonathan (2006). Behind closed doors: Reflecting on the emotional challenges of doing consumer research on painful topics. *Association for Consumer Research*.

Deschenes, Jonathan (2004). La netnographie ou l'étude des communautés virtuelles de consommation. *Consortium Maîtrise Marketing*, HEC Montréal.

## **Autres publications**

Dantas, Danilo C., Jonathan Deschenes et François Carrillat (2009). Comment fêter son centenaire? Marketing traditionnel ou participatif. *La Presse*, No. 42, Cahier "La Presse Affaires", page 5. Voir aussi l'article à l'adresse HEC suivante (voix d'experts) : [http://expertise.hec.ca/voix\\_experts/2009/12/07/comment-feter-son-centenaire-marketing-traditionnel-ou-participatif/](http://expertise.hec.ca/voix_experts/2009/12/07/comment-feter-son-centenaire-marketing-traditionnel-ou-participatif/). Voir aussi l'article paru au Brésil sur Click RBS : <http://www.clicrbs.com.br/esportes/rs/noticias/futebol-inter,2744169,Centenario-do-Inter-repercute-em-universidade-do-Canada.html>.

## **SUPERVISION D'ÉTUDIANTS AUX CYCLES SUPÉRIEURS**

---

### **Directeur de mémoires au programme de M.Sc.**

Morissette, Mélissandre (en cours). *Nouveau regard sur l'expérience bancaire : Une Analyse ZMET* (titre provisoire).

Palluet, Élodie (en cours). *Une étude ZMET de la comparaison des significations profondes associées à l'énergie verte pour les consommateurs et les producteurs d'énergie* (titre provisoire). Codirecteur : Pierre-Olivier Pineau.

Émilie Bergeron (en cours). *L'authenticité des produits verts : l'effet de la gamme de produit et du réseau de distribution* (titre provisoire). Codirecteur : Renaud Legoux.

Pierrat, Mathieu (en cours). *Branding et rebranding d'une équipe de football professionnel* (titre provisoire).

Stéphanie Milse (en cours). *Le marketing de la persévérance scolaire* (titre provisoire).

Patrick Perrier (en cours). *Netnographie d'un mouvement de résistance aux produits de télécommunication* (titre provisoire). Codirecteur : Frank Pons.

### **Membre de Comité de phase 3 au programme de doctorat (Ph.D.)**

Virginie Deroubaix, étudiante au Ph.D. en marketing. Directeur de thèse : Jean-Sébastien Marcoux. Programme conjoint, HEC Montréal.

## **EXPERIENCES DE TRAVAIL RELIÉES À L'ENSEIGNEMENT**

---

### **Professeur adjoint**

Département de marketing  
HEC Montréal

#### Cours enseignés :

Introduction du marketing, B.A.A. (2-100-00)  
Recherche commerciale, B.A.A. (3-101-84)  
Marketing Research, B.A.A. (3-118-00)  
Études de marché, M.B.A. (53-113-03)  
Atelier de recherche en marketing, M.Sc. (6-010-00)

**Depuis 2007**

### **Charges de cours**

Méthodes quantitatives en marketing, B.A.A. (DSA5311)  
UQAM, Montréal, 2007

**2007**

Recherche commerciale, B.A.A. (3-101-84)  
HEC Montréal, Montréal, 2002-2003

**2002-2003**

### **Assistanat d'enseignement**

Université Concordia, Montréal

**2003-2007**

HEC Montréal, Montréal

**2000-2002**

**Assistanat de recherche**

Université Concordia, Montréal

**2003-2007**

HEC Montréal, Montréal

**2000-2006**

**AUTRES EXPERIENCES DE TRAVAIL**

---

**Consultant en marketing pour OSBL et organismes caritatifs**

**Depuis 2004**

Tâches :

- Développement et supervision de projets de recherche en marketing
- Analyse de données et préparation de rapports marketing
- Démarrage d'organismes de charité

**Consultant pour des firmes de recherche marketing**

**Depuis 2003**

Tâches :

- Développement et supervision de projets de recherche en marketing
- Supervision d'analyse de données et de préparation de rapports
- Formation en méthodologie de recherche marketing

**Analyste de marché**

**2001**

Groupe d'analyse des marchés internationaux (GRAMI)

HEC Montréal, Montréal

Tâches :

- Analyse de données secondaires
- Réalisation d'entrevues auprès de propriétaires d'entreprises
- Rédaction de rapports d'analyse

**Directeur marketing**

**1999-2000**

Technidek inc., Montréal

Tâches :

- Développement d'outils de vente et d'outils promotionnels
- Représentation au près de la clientèle existante
- Démarchage
- Développement d'un système d'inventaire
- Développement de site web

**Représentant « Demo Day »**

**1998**

Epson Canada, Sales and Merchandising Group, Montréal

Tâches:

- Représentation au près de la clientèle
- Relation au près des commerces de détail

## PRIX ET DISTINCTIONS

---

<b>Aide au démarrage de projets de recherche.</b> Bourse de recherche de 4 500 \$. HEC Montréal	<b>2010</b>
<b>ACR/Sheth Foundation Dissertation Proposal Award</b> Bourse de 1 500 \$ remise à la meilleure proposition de thèse dans la catégorie « Public Purpose » Association for Consumer Research	<b>2006</b>
<b>Noranda Inc. Fellowship in Commerce and Administration</b> Bourse de 5 000 \$ remis à un étudiant de 2 <sup>e</sup> ou 3 <sup>e</sup> cycle pour l'excellence de son dossier académique Université Concordia, Montréal	<b>2006</b>
<b>Internal Research Grant</b> Bourse de recherche de 3 200 \$ pour la collecte de données de la thèse Université Concordia, Montréal	<b>2006</b>
<b>Hydro-Quebec Graduate Award</b> Bourse de 5 000 \$ remise à un étudiant de 2 <sup>e</sup> ou 3 <sup>e</sup> cycle pour l'excellence de son dossier académique Université Concordia, Montréal	<b>2004-2005</b>
<b>Bourse FQRSC</b> Bourse d'étude de 60 000 \$ sur 3 ans Fonds québécois de recherche sur la société et la culture, Montréal	<b>2003-2006</b>
<b>J.W. McConnell Memorial Graduate Fellowship</b> Bourse d'étude de 30 000 \$ sur 3 ans Université Concordia, Montréal	<b>2003-2006</b>
<b>Concordia University External Grant Holder Doctoral Scholarship</b> Prix honorifique pour l'obtention de bourses externes Université Concordia, Montréal	<b>2003-2006</b>
<b>Meilleur mémoire de M.Sc.</b> Bourse de 2 000 \$ remise pour le meilleur mémoire des HEC HEC Montréal, Montréal	<b>2002</b>
<b>Tableau d'honneur du programme de la M.Sc.</b> Étudiant ayant obtenu la plus haute moyenne de notes pour l'année en cours HEC Montréal, Montréal	<b>2002</b>
<b>Tableau d'honneur du programme de la M.Sc.</b> Étudiant ayant obtenu la plus haute moyenne de notes pour l'année en cours HEC Montréal, Montréal	<b>2001</b>

**Bourse de la Direction du programme de la M.Sc. en administration 2001**  
Bourse de 2 000 \$ remise pour l'excellence du dossier académique  
HEC Montréal, Montréal

## **SERVICE À LA COMMUNAUTÉ**

---

### **Réviser ad hoc pour des revues arbitrées**

*International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*  
*Nonprofit management & Leadership*  
*Journal of Consumer Behavior*  
*Gestion, Revue Internationale de Gestion*  
*Revue Internationale de Cas en Gestion*

### **Réviser ad hoc pour des conférences**

*European Marketing Academy (EMAC)*  
*Academy of Marketing Conference*  
*International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC)*  
*ACFAS*

### **Présentations dans des écoles secondaires**

Deschenes, Jonathan (2008, 2007), La vie dans la société de consommation : Agir ou subir. Série de conférences données dans des cours de l'École secondaire Pierre-Dupuy à Montréal.

### **Expert auprès des médias d'information**

Entrevue pour la revue Clin d'œil dans le cadre d'une édition spéciale sur la Génération Générosité. Édition d'avril 2010.

Entrevue pour la revue Crux Magazine dans le cadre d'une édition spéciale sur les tendances futures : Custom kicking a revolution, Crux Magazine no. 17, p. 54-55 (2010). Article disponible à l'adresse suivante :

[http://www.cruxco.tv/fr/photoreportages/auteurs/crux-magazine.html/crux-magazine-no-17-future-issue.html?image=27#a\\_pic](http://www.cruxco.tv/fr/photoreportages/auteurs/crux-magazine.html/crux-magazine-no-17-future-issue.html?image=27#a_pic)

Participation à titre d'expert au documentaire de l'ONF intitulé « Grandir et se choisir » (de la réalisatrice Sophie Bisson) cherchant à expliquer le marketing aux jeunes adolescents (« tweens »). 2010.

Entrevue radio dans le cadre de l'émission Macadam Tribus de Radio-Canada au sujet du marketing vert (15 février 2008). Entrevue disponible à l'adresse suivante :

<http://www.radio-canada.ca/radio/emissions/document.asp?docnumero=52240&numero=62>

Entrevue pour la revue Espaces concernant les produits écolos dans le domaine du plein air. Paru dans l'édition de novembre 2007. Article disponible à l'adresse suivante :

<http://www.espaces.qc.ca/espaces/html/actualites/nov2007/actualites156.shtml>

## **AFFILIATIONS PROFESSIONNELLES**

---

Membre de l'*Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action* (ARNOVA)

Membre de l'*Observatoire International Don et Consommation* (OIDC) <http://oidc.unige.ch/>

Membre de l'*Association for Consumer Research* (ACR)

Membre de l'*Association en Recherche et Intelligence Marketing* (ARIM)