



Jean-François GAGNE

Department : Management - Professor in Organization Behavior and Strategy

Jean-François GAGNE is a visiting professor at the ISG International Business School. He holds a Ph.D. in Management Sciences from the University of Paris Dauphine and he is specialized in the fields of Organizational Behavior and Strategy.

- His areas of publication relate to individual and organizational identity, identification, commitment and resistance
 - His teaching specializations covers Organizational behavior, Project Management, Human Resources and Strategy
 - His current professional activity is management consulting, mainly on strategy and organization issues.
-

Teaching Areas

Course 1: Organizational Behavior

Course 2: Project Management

Course 3: Human Resources

Course 4: Strategy

Research Interests

Interest1: Individual and organizational identity

Interest 2: Identification, commitment and resistance

Education

2008

Ph.D. in Management Sciences from the University of Paris Dauphine, France,
"Dynamique de l'identification des salaires à l'occasion d'un changement identitaire: le cas du changement de marque France Télécom Orange".

Teaching Experiences

2005- 2012

-Lecturer in Strategic Management at University Paris Dauphine (2005-2009)

Since 2010

-Affiliate Professor in Strategy at the UACS Business School (American College in Skopje, ACSB Accredited)

Since 2012

-Lecturer in Human Resource Management and Strategy at the MDI Business School, Algiers, Algeria.

Since 2015

-Professor at the Executive Education Department of the University of Paris Dauphine

Other Professional Experiences

Managing Consultant, Gemini Consulting (Consulting), France, 1989 - 1996

Associate Director, IGA (Consulting), France, 1996 - 2005

Independent Consultant, Consulting, France, 2009-2012

Aldema Partners, Consulting, Professional Associate, > 2012

Publications

Articles

J-F. Gagne, L'importance des Ressources dans la construction identitaire du Manager, *Management International*, Publication acceptée à venir en 2016

J-F. Gagne, « L'identité organisationnelle comme facteur d'adoption d'une innovation radicale de business model. Le cas du modèle low cost de Transavia au sein d'Air France (2004-2012) », *Revue Française de Gestion*, vol 39, n° 236, octobre 2013

J-F. Gagne et E. Josserand, « De l'identification du salarié au discours officiel à l'intention d'action : la mise en évidence de profils ambivalents combinant engagement et résistance, *Management International* », vol 16, n°2, Hiver 2012 .

J-F. Gagne, « Efficacité et limites de l'internal branding » , *Gestion 2000*, n°3, mai-juin 2012

J-F. Gagne, « L'apport des courbes de valeur RH à l'offre de la fonction : une perspective de recherche intervention », *Gestion 2000*, n°4, 2012.

Case Studies

Le Monde, la stratégie d'un groupe de presse en pleine mutation (2015, déposé CCMP)

Olympique Lyonnais, analyse et positionnement d'un club sportif de haut niveau (2011, déposé CCMP)

British Petroleum et la catastrophe de Deep Water (2011, déposé CCMP) : cas de stratégie et de développement durable

Lucien Barrière (2010, déposé CCMP) : cas de Stratégie

Professional Articles

Le nécessaire deuxième étage de la marque employeur : un besoin de contenu et de cohérence, *Le Cercle des Échos*, septembre 2015

Le Business Model des entreprises libérées, *Le Cercle des Échos*, avril 2015.

Air France et le développement de Transavia : le conflit comme substitut à la construction collective, *Le Cercle des Échos*, septembre 2014.

Pour l'image dans les centres d'appels, *Le Cercle des Échos*, septembre 2014.

Quand l'identité organisationnelle empêche l'adoption d'un business model en rupture, *Le Cercle des Échos*, juillet 2014.

L'hybridation du model low-cost, *Le Cercle des Échos*, juillet 2014.

J-F. Gagne, JB Coumau and E. Josserand, « La marque, vecteur de changement », *Expansion Management Review*, march 2005.

Chapters in Books

J-F. Gagne, JB Coumau and E. Josserand , « Manager par la marque », Eyrolles, *Editions d'Organisation*, 2005.

Conference Presentations

- J-F Gagne and D Abonneau, "Les pratiques de formation des salariés dans les entreprises artisanales du BTP : proposition d'une typologie", *AGRH*, Chester (UK), 2014

- J-F. Gagne, "Organizational identity as an adoption factor for a radical business model innovation: the Transavia low-cost Business Model at Air France (200'-2012)", *Colloquial BAM*, Liverpool, UK, September 2013

- J-F. Gagne, "Using Strategic Value curves to design and implement the company's human resource offer: an action research approach", *Colloquial BAM*, Cardiff, Wales, September 2012

- J-F. Gagne and E. Josserand, "Employee control and resistance to internal branding: the case of a major branding initiative in the telecom industry", *Colloquial Egos*, Goteborg, Sweden, July 20011
- J-F. Gagne, "Resistance-related attitudinal paradox in the customer–employee relationship", *Colloquial BAM*, Sheffield, UK, September 2010
- J-F. Gagne and E. Josserand, "Employee's identification with a corporate brand: singularity and consequences of the identification process", *Egos*, Barcelona, July 2009.
- J-F. Gagne and E. Josserand , "Identity dynamics at stake in a strategic change", *Colloquial AIMS*, Nice, France, 2008.
- J-F. Gagne and E. Josserand, "Official discourse, appropriation, identification and collective action: a case of rebranding", *Colloquial Euram*, Ljubljana, Slovenia, 2008.

Professional Associations

EFMD, Competition Reviewer