



MARKETING

Jeanette McDonald

Professeur Assistant de Marketing

Contact

Email: j.mcdonald@ipag.fr

Campus: Nice

Biographie

Jeanette McDonald est chargée de cours en Marketing à l'IPAG Business School où elle est responsable de programme pour le MSc en Marketing International / Marketing International avec le Tourisme et les Événements. Elle a obtenu son Doctorat en Marketing de l'Université de Nice, Sophia Antipolis et sa Maîtrise en Marketing Européen et Tourisme de l'Université Napier d'Édimbourg en Écosse. Ses recherches ont été publiées dans le Journal Maghreb-Machrek et présentées et publiées dans les actes du Congrès de l'ADERSE et de la Conférence Scientifique du Tourisme Durable. L'expérience de Jeanette dans l'Industrie et la Gestion se situe dans l'environnement des services et de la vente au détail. Ses intérêts de recherche portent sur la construction d'images de destinations touristiques et son influence sur le comportement et le choix des consommateurs, le tourisme éthique et les voyages des étudiants et des jeunes.

Éducation

2015: Doctorat en Gestion (Ph.D) Spécialisation Marketing. Université de Nice, Sophia Antipolis

2006: M.Sc en European Marketing and Tourism, Edinburgh Napier University, Grande-Bretagne

1996: Licence (BA) Hospitality (Tourism Management). Edinburgh Napier University, Grande-Bretagne

Teaching Areas

Gestion du marketing stratégique, Marketing Sectoriel (Services et B2B), Marketing stratégique international, Principes et pratiques du marketing, Recherche en marketing, Méthodes de recherche, Stratégie de marketing, Marketing touristique, Gestion du tourisme

Research Areas

Construction d'image de destination touristique et son influence sur le comportement et le choix des consommateurs, Tourisme éthique, Voyages étudiants et jeunes

Professional experiences

Depuis 2001: Enseignant en Marketing / Stratégie et Tourisme. IPAG Business School, France

Depuis 2009: Responsable de programme M.Sc - IPAG Business School, France & Université partenaire

2012-2014: Enseignant en Marketing, IAE, Nice, France

2004 - 2009: Enseignant en Marketing et Tuteur Académique. SKEMA, Sophia Antipolis, France

Selected publications

McDonald, J., Bonet Fernandez, D., Montargot, N. (2019). The role of ethics on destination image: the case of the French Youth Travel Market. *Gestion 2000*, 36(4), 15-31

McDonald, J., & Guechtouli, M. (2019). What are the factors influencing youth's perception of ethical tourism? The major role of internet and social media. *Question (s) de management*, (2), 151-167

McDonald, J., Bonet Fernandez, D., Montargot, N. (2018) Creating Sustainable Alternatives for the Student Travel Market: exploring the role of ethics on tourist destination image. Paper presented in the actes de *Colloque of the 8th Scientific Conference on Sustainable Tourism*, Hayward, San Francisco, May, 2018

McDonald, J. (2015). The Role of Ethics on Tourist Destination Image Formation: An Analysis of the French Student Travel Market (Doctoral dissertation).

McDonald, J. (2012). Ethical Tourism and Youth Travel. Published and presented in the *actes de Colloque of the 3ème Journée Innovation Sociétale et Entrepreneuriales, Gouvernance Territoriale autour de la Méditerranée*, IPAG, Nice July 2012

McDonald, J. (2011). Forming an Ethical Tourist Destination Image. Published and presented in the *actes de Colloque of the 2ème Journée Innovation Sociétale et Gouvernance Territoriale Autour de la Méditerranée*, IPAG Nice, July 2011

McDonald, J., Scotto, M. J., & Boyer, A. (2010, March). CSR and ethics in tourist destination brand image. Paper presented in the *actes du Colloque du 7e Congrès de l'ADERSE; RSE and Innovation*.

McDonald, J. (2007). "Creating Tourism Opportunities via measuring perceived image: A Study of French business students' perception of Scotland as a tourist destination" published and presented in the "actes de colloque *International*." *Secteur du tourisme: nouvelles menaces et opportunités – Quelles stratégies de réponse?* IPAG, Paris, September 2007
