



MARTIN David

Département : Commerce et Négociation

Matières enseignées

Sociologie économique

Consumer intelligence

Brand Strategy

Marketing stratégique et innovation

Méthodes qualitatives

Intervient dans les programmes

Bachelor

Master

Principaux diplômes

2005 - Doctorat en Sociologie, Université de Toulouse

1999 - DEA Action Publique et Sociétés contemporaines, ENS-Cachan

1998 - Agrégation Sciences économiques et sociales, ENS-Cachan

Contact mail

dmartin@novancia.fr

Biographie

Ancien élève de l'Ecole Normale Supérieure de Cachan, titulaire d'une Agrégation en sciences économiques et sociales et d'un Doctorat, ce sociologue s'intéresse aux questions politiques et éthiques de la construction et de la régulation des marchés, notamment financiers et bancaires. Il est membre fondateur de l'Association d'Etudes Sociales de la Finance depuis 2000.

Après s'être intéressé aux marchés de produits dérivés dans le cadre de son doctorat, il se concentre sur les régulations à l'œuvre sur les marchés du crédit hypothécaire en Europe du Sud, notamment à l'initiative de consommateurs-citoyens. Il s'est intéressé à différents autres marchés, comme celui des télécommunications ou de la « qualité de vie » dans le cadre de ses réflexions sur la marque comme forme d'engagement et de régulation marchande.

Très investi dans les activités pédagogiques, il est responsable de la majeure Marketing et media numériques du Master de Novancia, pour laquelle il a développé différents partenariats et collaborations avec des entreprises depuis 2012. Depuis 2010, il est l'organisateur fondateur d'un challenge de consulting stratégique à l'international qui mobilise en mode projet l'ensemble de la promotion de Novancia et qui est devenu une référence pour les grands noms français (Galeries Lafayette, Air France-KLM, Moulin Rouge, Orange, etc.)

Contributions intellectuelles les plus significatives sur les cinq dernières années

Articles

MARTIN, D. (2016). Croyances et marchés financiers: approches sociologiques. *Idées économiques et sociales*, 183, 30-38.

MARTIN, D. (2015). L'indignation citoyenne contre la loi hypothécaire en Espagne: complémentarités entre éthiques de la justice et de la sollicitude. *Revue Ethique et Economique*, 12 (1), 72-98.

Conférences

Internationales

MARTIN, D. (2011). “*The concept of Brand Equity as a Factor of Financialization of Market Relationships*”, *Conference of the Society for the Advancement of Socio-Economics (SASE)*, Madrid, Spain.

Chapitres

MARTIN, D. (2016). Domestication sociologique d'un produit financier: le cas des dérivés. In CHAMBOST V., LENGLET M. et TADJEDDINE ,Y. (dir.) (Ed.), *La Fabrique de la Finance, approches pluridisciplinaires* (pp. 22-28). Presses Universitaires du Septentrion.