



TAKHAR Jennifer

Département : Management Stratégie et Organisation

Matières enseignées

Intercultural Management
Consumer Culture Theory
International Marketing
Brand Strategy
Ethics and Sustainable Development
Digital Marketing
Research Methodology
Indian Economy and Business Environment

Intervient dans les programmes

Bachelor
Master
MSc

Principaux Diplômes

2008 - Ph.D. UC Berkeley/Paris III

Contact mail

jtakhar@novancia.fr

Biographie

Jennifer Takhar (enseignant-chercheur à la Chambre de Commerce, CCI) enseigne le management et marketing et communication interculturels, le marketing international, la mondialisation, l'éthique et le développement durable et *Doing Business in India* à Novancia Business School, Paris et au CELSA–Sorbonne University (Paris IV). Son dernier ouvrage met en lumière les défis discursifs et culturels de l'ethnographie de l'entreprise. Ses peer-reviewed papers en français, anglais et en hindi, sur l'interculturalisme et la mondialisation, ont été présentés aux universités de Stanford, UC Berkeley, Oxford et le *School of Oriental and African Studies* (SOAS) à Londres. Dr Takhar a obtenu son Ph.D. à UC Berkeley/Sorbonne Nouvelle University (Paris III).

Contributions intellectuelles les plus significatives sur les cinq dernières années

Articles

TAKHAR, J. (in press, 2016). Indo-Globalism: A new country-of-origin affect. *Journal of Business Strategy*.

TAKHAR, J. (2012). Le marketing critique dans tous ses débats. *L'Expansion Management Review* (146), 38-50.

Conférences

Internationales

TAKHAR, J. (2016). "User-generated content? Evaluating the rhetoric of online fertility marketing discourses". *Conference on Gender, Marketing and Consumer Behaviour*, Paris, France.

TAKHAR, J. (2016). "Translating culture into commerce: Who wants to be a Chief Culture Officer?", *Groupe d'Etudes Management et Language (GEM&L)*, Paris, France.

TAKHAR, J. (2016). "Marketing Discourse and Self-Reflexivity". *DN 17 Discourse Net International Conference*, Pamplona, Spain.

TAKHAR, J. (2016). "Interdisciplinarity and the Marketing Canon". *Mapping Fields of Study: Renegotiations of Disciplinary Spaces in the English-Speaking World International Conference*, Nancy, France.

TAKHAR, J. (2015). "Tweetifying South Asian diplomacy: Shashi Tharoor's soft power", *Global Communication Association Conference*, Berlin, Germany.

TAKHAR, J. (2015). “*Postcolonialism and the tendentious narratives of international marketing case studies*”, *Groupe d'Etudes Management et Language (GEM&L)*, Helsinki, Finland.

TAKHAR, J. (2014). “*Embracing a soft power approach to teaching 'Corporate India'*”, *International*”, *Groupe d'Etudes Management et Language (GEM&L) Conference*, Toulouse, France.

TAKHAR, J. (2013). “*CSR from the Inside: The employee-centric of Innocent Drinks*”, *Global advances in business communication*, Antwerp, Belgium.

TAKHAR, J. (2013). “*A new rhetoric for South Asian business diplomacy: Shashi Tharoor's soft power*”, *Global advances in business communication*, Antwerp, Belgium.

TAKHAR, J. (2011).” *British Multiculturalism through Pathography*”. *Representations of Otherness*, Great Britain, United Kingdom.

TAKHAR, J. (2011). “*South Asian Multiculturalisms*”, *Global conference, Multiculturalism, Conflict and Belonging*, Oxford, United Kingdom.

Nationales

TAKHAR, J. (2013). « *Le Marketing Critique et Théorie Postcoloniale* ». *Conférence Centre National de Cerisy de la Salle*, Cerisy la Salle, France.

TAKHAR, J. (2011). “*Janus-Faced Globalization: Investment, Risk, Opposition and Anomie*”, *European Business School*, Paris, France.

Chapitres

TAKHAR, J. (2015). *Marketing critique et théorie postcoloniale*. In ROUSSET-GILLET, I. & ASGARALLY, I, (Coord)., *Interculturel... Enjeux et pratiques*, (pp. 97-112). Artois Presses Université (Ed.)