

PUBLICATIONS
Caroline LANCELOT MILTGEN
Docteur ès Sciences de Gestion

- Lancelot Miltgen C. (*à venir*), Providing personal information on the Internet: who and when?
Soumission à la Revue Journal of the Academy of Marketing Sciences (Septembre 2007)
Revue classée 3* au classement CNRS

 - Lancelot Miltgen C. et Gauzente C. (*à venir*), Vie privée et comportement de partage de données personnelles : une typologie des internautes français
Soumission à la Revue Décision Marketing (Novembre 2006), en révision (2^{ème} tour)
Revue classée 2* au classement CNRS

 - Lancelot Miltgen C. (2007), Privacy et usages : respect de la vie privée et partage de données personnelles sur Internet, *Colloque Services en ligne : réseaux, contenus et usages*, Paris, 12-14 décembre 2007 (*à venir*)

 - Lancelot Miltgen C. (2007), réponse du consommateur face à une sollicitation de données personnelles sur Internet : une approche expérimentale, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Aix-les-Bains

 - Lancelot-Miltgen C. (2007), Customers' privacy concerns and response toward a request for personal data on the Internet: an experimental study, *IBIMA Conference, Dublin, Juin 2007*
Papier récompensé par le titre de « BEST PAPER AWARD »

 - Lancelot Miltgen C. (2006), Dévoilement de soi et réponses du consommateur face à une sollicitation de ses données personnelles : une application aux formulaires sur Internet, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, soutenue le 01 décembre 2006, sous la direction du Pr. Pierre Volle, Université Paris Dauphine
- LAUREATE DU PRIX DE THESE FNEGE AFM 2007
LAUREATE DU PRIX DE THESE DU CREIS 2007
- Lancelot Miltgen C. et Gauzente C. (2006), Vie privée et partage de données personnelles en ligne : une approche typologique, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Nantes
- CAHIER DE RECHERCHE DAUPHINE ET ACTES DU CONGRES DE L'AFM 2006
<http://www.dmsp.dauphine.fr/DMSP/FRENCH/CahiersRecherche/CR356.pdf>
- Lancelot Miltgen C. (2006), L'internaute et ses données : ce qu'on dit, ce qu'on fait, *Internet Actu*, Février
<http://www.internetactu.net/?p=6332>

 - Lancelot Miltgen C. et Volle P. (2005), Préoccupation des clients pour le respect de la vie privée et réponse à une sollicitation de données personnelles, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Nancy
- CAHIER DE RECHERCHE DAUPHINE ET ACTES DU CONGRES DE L'AFM 2005
<http://www.dmsp.dauphine.fr/DMSP/FRENCH/CahiersRecherche/CR341.pdf>

- Lancelot-Miltgen C. et alli (2005), l'efficacité d'un email à vocation commerciale : étude de l'influence des caractéristiques sociodémographiques des internautes sur le processus de réponse, *Revue Française du Marketing*, n° 205, 5/5, 21-40
Revue classée 1* au classement CNRS

CAHIER DE RECHERCHE DAUPHINE 2005

<http://www.dmsp.dauphine.fr/DMSP/FRENCH/CahiersRecherche/CR346.pdf>

- Lancelot Miltgen C. (2004), Des conséquences inattendues voire désastreuses, Newsletter Cecurity.com, *Cecurity News n°38*, Mai
http://www.security.com/site/html/article_consequences_inattendues.php

- Lancelot Miltgen C. (2003), Vie privée et Internet : influence des caractéristiques individuelles et situationnelles sur les attitudes et les comportements des internautes face à la collecte de données personnelles, *Congrès de l'Association Française du Marketing*, Tunis

CAHIER DE RECHERCHE DAUPHINE ET ACTES DU CONGRES DE L'AFM 2003

<http://www.dmsp.dauphine.fr/DMSP/FRENCH/CahiersRecherche/CR317.pdf>

- Lancelot Miltgen C. (2002), Vie privée et Internet : analyse de l'influence des caractéristiques individuelles et situationnelles sur les attitudes et les comportements des internautes face à la collecte et au traitement de leurs données personnelles à des fins commerciales, Mémoire DEA, Université Paris Dauphine

MEMOIRE CLASSE AU PRIX DU CREIS 2003 (RESUME)

<http://www.creis.sgdg.org/Prix%20du%20CREIS/resume%20memoire%20Dea%20Caroline%20Lancelot%20Miltgen.htm>