

Parcours de formation- diplômes

2021 Professeur des Universités (full professor), Conservatoire National des Arts et Métiers. Paris.

2020 Habilitation à Diriger des Recherches, Université de Lyon 3.

2016 Auditeur Séminaire National "Sécurité économique et protection du patrimoine", Institut des Hautes Etudes de la Défense Nationale (IHEDN), Ecole Militaire, Paris. Formation courte.

2012 Auditeur 49^{ème} Session Nationale "Armement et Economie de Défense", Institut des Hautes Etudes de la Défense Nationale (IHEDN), Ecole Militaire, Paris. Formation longue sept 2011 à juin 2012.

2000 Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX Dauphine

1996 DEA (Diplôme d'Etudes Approfondies) en Sciences de Gestion à l'IAE de Poitiers

Parcours professionnel

Depuis 2020, Responsable opérationnel national de la licence Commerce, Vente, Marketing, du CNAM, 13 centres régionaux, 2 internationaux, 80 sites, 2600 étudiants.

2019-2023 Responsable pédagogique du Master MIM (Master in Management) E-commerce and Digital Marketing, CNAM Paris.

2014-2017, Référent Défense et Sécurité Nationale de l'Université de Tours.

Septembre 2013-Septembre 2017, Conseiller pédagogique, Institut des Hautes Etudes de la Défense Nationale (IHEDN), Ecole Militaire, Paris.

2009-2014, Codirecteur l'IAE de Tours.

2000-2019, Maître de Conférences en Sciences de Gestion, Institut d'Administration des Entreprises, UFR Droit, Economie et Sciences Sociales, Université François Rabelais de Tours.

1999-2000, Assistant de recherche, Groupe HEC Paris, rattaché à la Chaire Marcel Bleustein-Blanchet et au lancement du Master Net-Marketing (HEC / ENST).

Recherche

Membre du Laboratoire interdisciplinaire de recherches en sciences de l'action (Lirsa EA4603) du CNAM Paris. Chargé de l'axe marketing.

Depuis 2020 Chercheur associé au laboratoire IRGO EA4190 de l'université de Bordeaux.

2000-2019 membre au Laboratoire Val de Loire Recherche en Management (Vallorem EA 6296).

Articles dans des revues à comité de lecture.

- [Art. 1]. 1998, Bourliataux-Lajoinie S., "Application du marketing direct sur Internet : le cas controversé des cookies et du spamming", *Décision Marketing*, n°14, p 73-79
Classement FNEGE – rang 3. CNRS rang 3, HCERES rang B.
- [Art. 2]. 2000, Bourliataux-Lajoinie S., "La publicité sur internet dans les pays du moyen orient", *Proche-Orient - Etudes en management*, FGM, Beyrouth, Liban.
- [Art. 3]. 2000, Bourliataux-Lajoinie S., "Marketing et internet: le cas de l'"e-publicité"", *Revue Française de Gestion*, n° 129- *Classement FNEGE – rang 4, CNRS rang 4, HCERES rang C.*
- [Art. 4]. 2001, Kalika M., Bourliataux-Lajoinie S., "L'analyse des comportements de navigation sur un site marchand", *Décision Marketing* N°22 - *Classement FNEGE – rang 3. CNRS rang 3, HCERES rang B).*
- [Art. 5]. 2007, Bourliataux-Lajoinie S., "Le Web, le consommateur et la publicité", *Economie et Management*, n°124.
- [Art. 6]. 2009, Harfouche A., Bourliataux-Lajoinie S., "Fracture numérique inter-Arabe : Raisons et Proposition d'une modélisation", *Journal of IBIMA*, Volume 9, number 11, pp. 79-86, SJR index 0,102.
- [Art. 7]. 2011, Bourliataux-Lajoinie S., Brillet F., Hulin A, Leroy J. "E-generation behavior, what's new ?", *Journal of Human Ressources Management Research*.
Classement SJR index 0,102.
- [Art. 8]. 2013, Rivière A., Bourliataux-Lajoinie S., "L'enjeu des m-services en marketing touristique territorial: proposition d'un cadre d'analyse", *Revue Recherches en Sciences de Gestion-Management Sciences-Ciencias de Gestión*, Mars 2013 – *Classement FNEGE – rang 3, HCERES C.*
- [Art. 9]. 2013, Santos de Almeida R., Alberto Calazans Nogueira L., Bourliataux-Lajoinie S., "Analysis of the user satisfaction level in a public physiotherapy service",

Brazilian Journal of Physical Therapy, Vol.1, March 2013. Classement SJR index 0,802- SJR Best Quartile 1.

- [Art. 10]. 2015, Santos de Almeida R., Martins M., Bourliataux-Lajoinie S., "Satisfaction measurement instruments for healthcare service users: a systematic review." *Cadernos de saúde pública* 01/2015; 31(1), p11-25. (Impact Factor: 0.45).
- [Art. 11]. 2016, Bourliataux-Lajoinie S., "Cloud computing: an opportunity for new actors coming from BRIC countries", IMI-Konnnect Volume 5(1).
- [Art. 12]. 2017, Bourliataux-Lajoinie S., "Use of Online Enriched Courses: The Satisfaction and Perceived Value of Users from Emerging Countries", *International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences*, Vol 4.6 – 2017.
- [Art. 13]. 2017, Bourliataux-Lajoinie S., Maubisson L., "Online review ratings and the impact on the number of visits to a tourist and cultural attraction: the case of the Loire Valley and TripAdvisor", *Journal of Internet Social Networking and Virtual Communities*.
- [Art. 14]. 2017, Rivière A., Bourliataux-Lajoinie S., "Les effets des m-services touristiques sur la proposition de valeur d'une ville ", *Décision Marketing*, 85, Janvier-mars 2017. *Classement FNEGE – rang 3. CNRS rang 3, HCERES rang B.*
- [Art. 15]. 2019, Seraphin H., Bourliataux-Lajoinie S., Olver S., Zaman M., Dosquet F., "Destination Branding and Overtourism", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 38, March 2019, (FNEGE rang 3)
- [Art. 16]. 2019, Seraphin H., Gowreesunkar G., Zaman M., Bourliataux-Lajoinie S., "Community Based Festivals as a Tool to Tackle Tourismphobia and Antitourism Movements ", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (FNEGE rang 3)
- [Art. 17]. 2019, Bourliataux-Lajoinie S., Del Olmo J., Dosquet F., "The dark side of digital technology to overtourism: the case of Barcelona", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, (Classement ABS rang 2, classement SJR index 0,29 - SJR Best Quartile 3).
- [Art. 18]. 2019, Seraphin H, Ivanov S H, Dosquet F, Bourliataux-Lajoinie S, "Archetypes of locals in destinations victim of overtourism", December 2019, *Journal of Hospitality and Tourism Management*. (Classement ABS rang 2, classement SJR index 0,949- SJR Best Quartile 1).
- [Art. 19]. 2021, Doueiry C, Bourliataux-Lajoinie S. « Perception des internautes vis-à-vis de la gestion par les entreprises de leurs données privées : une analyse comparative entre trois pays », *La Revue des Sciences de Gestion*, 309. *Classement FNEGE – rang 4., HCERES rang C.*

- [Art. 20]. 2022, Shahidi N., Bourliataux-Lajoinie S., Tossan V. "La classification des individus face au partage des données personnelles : le cas de l'application StopCovid", *Revue Management et Avenir*, Mai 2022. *Classement FNEGE rang 3. CNRS rang 4, HCERES rang B.*
- [Art. 21]. 2022, Shahidi N., Bourliataux-Lajoinie S., Tossan V., « Behavioural intention to use a contact tracing application: the case of StopCovid in France », *Journal of Retailing and Consumer Services*, Juin 2022. *Classement FNEGE rang 3. CNRS rang 3, HCERES rang B.*
- [Art. 22]. 2022, Dosquet F., Ambaye M., Bourliataux-Lajoinie S., Lorey T., "Investigating the Tourism Sustainability Empowerment Potential of Kids' Facilitators in Holiday Resorts with Mini-Clubs: A French Case", *Recherche en Sciences de Gestion-Management Science*, 2022/5 (N° 152), pages 177 à 207. [10.3917/resg.152.0177](https://doi.org/10.3917/resg.152.0177) *Classement FNEGE rang 3. CNRS rang 3, HCERES rang B.*
- [Art. 23]. 2023, Fawaz R., Bourliataux-Lajoinie S., Shintaro O., Roessner A., "What do we know about consumers' ontological security in disaster scenarios?" *International Journal of Consumer Studies*. 1, 17. [http://doi.org/10.1111/ijcs.12926](https://doi.org/10.1111/ijcs.12926) *Classement FNEGE rang 4. CNRS rang 4, HCERES rang C.*
- [Art. 24]. 2023, Dosquet F., Bourliataux-Lajoinie S., Lorey T., Rival Y., "Expectativas de los peregrinos y estrategia de los actores públicos: el caso del Camino de Santiago", *Recherches en Sciences de Gestion-Management Sciences-Ciencias de Gestión*. *Classement FNEGE rang 3. CNRS rang 3, HCERES rang B.*
- [Art. 25]. 2024, Bourliataux-Lajoinie S., Shahidi N., " Evaluation des cours en ligne et perception des étudiants face à la gestion des données personnelles via une typologie: le cas de l'hybridation et des SPOC", *Revue Management et Avenir*, Vol24-3. N°141, *Classement FNEGE rang 3. CNRS rang 4, HCERES rang B.*
- [Art. 26]. 2024, Fournier S., Bourliataux-Lajoinie S., «Analysis of tourism valorization by private-public interactions during a health crisis: a French case study with Haut de France region », *Recherches en Sciences de Gestion-Management Sciences-Ciencias de Gestión*. *Classement FNEGE rang 3. CNRS rang 3, HCERES rang B*
- [Art. 27]. 2025, Bourliataux-Lajoinie S., Petitpretre B., Rival Y., Boissel J., "Measurement of satisfaction with the organization of a sports event with a Tetra-class analysis", *Sport Management Quaterly*, Vol 32.3. *Classement FNEGE rang 4.*
- [Art. 28]. 2025, Bourliataux-Lajoinie S., David M., Legrand V., Dercourt C., «Comprendre les enjeux du Cloud Souverain dans les PME, une lecture des pratiques via la théorie de l'agence », *Gérer et Comprendre*, numéro 162. *Classement FNEGE rang 4.*

- [Art. 29]. 2025, Stamoulis, D. S., Papachristopoulou, C., & Bourliataux-Lajoinie, S. (2025). A Study on Acceptance of the Digital Transformation of the Radiology Diagnosis Process Using AI-Enriched Tools: Scientific, Marketing and Management Implications. *International Journal of Innovative Scientific Research*, 3(4),
- [Art. 30]. 2026, Tamim B., Petitpretre B., Bourliataux-Lajoinie S., « Produit partage, typologie et enjeux pour les entreprises », *La Revue des Sciences de Gestion*, à paraître 2026. *Classement FNEGE rang 4*.

Colloques à comité de lecture

- [Coll. 1]. 1997 Bourliataux-Lajoinie S., "New communication technology, an opportunity for advertisers" Conference On Telecommunications and Information Markets -COTIM 97- organisé par l'Université de Rhodes Island, Bruxelles.
- [Coll. 2]. 1998 Bourliataux-Lajoinie S., Gauthier M-F., "Grande distribution et Internet : une nouvelle technique de vente", Colloque Etienne Thill, La Rochelle.
- [Coll. 3]. 1999 Gauzente C., Bourliataux-Lajoinie S., "Design of net surveys, the role of total length and colour of the questionnaire", EMAC 1999, Berlin.
- [Coll. 4]. 1999, Bourliataux-Lajoinie S., "Advertising effectiveness of Internet: an exploratory study", EMAC 1999, Berlin.
- [Coll. 5]. 2006 Zollinger M., Bourliataux-Lajoinie S., "La diffusion des connaissances en marketing : une analyse comparative de l'influence bibliographique des revues majeures.", 18ièmes journées des IAE, Montpellier.
- [Coll. 6]. 2008 Zollinger M., Bourliataux-Lajoinie S., "La convergence internationale de la diversité des références bibliographiques en marketing : étude de deux revues académiques européennes", Marketing Trends Congress, ESCP-EAP, Venise.
- [Coll. 7]. 2009 Harfouche A., Bourliataux-Lajoinie S., " Proposition d'une modélisation de la fracture numérique dans les pays du monde Arabe", International Business Information Management Conference 11th IBIMA, Le Caire.
- [Coll. 8]. 2009 Messaoudi S., Bourliataux-Lajoinie S., "Le "brand networking" analyse d'une nouvelle tendance ", 13th IBIMA, Marrakech.
- [Coll. 9]. 2010 Bourliataux-Lajoinie S., Leroy J., Brillet F., Hulin A., "La "e-génération" en questions", 15th IBIMA, Le Caire.

- [Coll. 10]. 2010 Harfouche A., Bourliataux-Lajoinie S., "Salient beliefs that influence the acceptance or rejection of public e-services in Lebanon ", 15^{ième} Conférence AIM, La Rochelle.
- [Coll. 11]. 2011 Bourliataux-Lajoinie S., Leroy J., Brillet F., Hulin A., "L'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication pour renforcer la coopération entre l'état et les entreprises ", Colloque international de Management Public, Institut Stolypin de la région de basse Volga, Saratov.
- [Coll. 12]. 2011, Pouloudi N., Harfouche A., Bourliataux-Lajoinie S., "Tracing 'unconventional variables' in e-government services take up: the role of religion ", Ethicomp 2011, The Social Impact of Social Computing, Sheffield Hallam University, UK.
- [Coll. 13]. 2012 Rivière A., Bourliataux-Lajoinie S., "Le m-tourisme : une opportunité pour les destinations touristiques ? Le cas des villes. " International Marketing Trends Congress, ESCP-EAP, Venise.
- [Coll. 14]. 2013, Lopes-Cardoso J., Trinquencost J-F., Bourliataux-Lajoinie S., "Consumer Perception on Wine's Label and Degree of Design Typicality. Are there Visual Neuro-Cognitive Differences on what Consumers Look on Wine Labels?", Vineyard Data Quantification Society, 20th Congress, Talca, Chili.
- [Coll. 15]. 2013, Rivière A., Bourliataux-Lajoinie S., "Comment apprécier l'impact des m-services sur l'attractivité touristique", Colloque de l'Association Française du Marketing, La Rochelle.
- [Coll. 16]. 2014, Rivière A., Bourliataux-Lajoinie S., "The role of tourist m-services in city value creation ", Emerging markets, evolving perspectives, IMI-Kolkata, September 16, 17, 2014, Kolkata, Inde.
- [Coll. 17]. 2014, Rivière A., Bourliataux-Lajoinie S., "Vers un état de l'art en recherche sur les m-services " International Marketing Trends Congress, ESCP-EAP, Venise.
- [Coll. 18]. 2015, Rivière A., Bourliataux-Lajoinie S., "Proposition d'une définition unifiée des M-services", Colloque AIM 2015, Rabat.
- [Coll. 19]. 2016, Bourliataux-Lajoinie S., Aoun G., Josep Del Olmo J., "Congruence in advertising, how can communication deal with cultural diversity? The case of HSBC campaign ", Colloque Internationalisation des Services, une vision euro-méditerranéenne, Beyrouth mai 2016.
- [Coll. 20]. 2016, Bourliataux-Lajoinie S., Maubisson L., "Mesure de satisfaction d'une manifestation sportive par l'analyse tétraclasse, le cas du running ", International Marketing Trends Congress, ESCP-EAP, Venise.
- [Coll. 21]. 2016, Bourliataux-Lajoinie S., Maubisson L., Doueiry-Verne C., "Musique en ligne et téléchargement, une analyse des comportements par la valeur perçue ", Colloque Internationalisation des Services, une vision euro-méditerranéenne, Beyrouth mai 2016.

- [Coll. 22]. 2016, Bourliataux-Lajoinie S., Tang-Tayé J-P., Di Benedetto E., "Mesure du paradoxe "Privacy/Personalization " dans l'usage des smartphones ", Colloque de l'Association Française du Marketing, Lyon.
- [Coll. 23]. 2016, Bourliataux-Lajoinie S., Tang-Tayé J-P., Di Benedetto E., "Proposition d'une échelle de mesure de la privacy ", International Marketing Trends Congress, ESCP-EAP, Venise.
- [Coll. 24]. 2016, Padovani F., Tychkova T., Banerjee, M., "E-commerce dans les B.R.I.C. un premier état des lieux des comportements et des recherches." Information and Communication Technologies in Organizations and Society, Paris.
- [Coll. 25]. 2017, Bourliataux-Lajoinie S., Maubisson L., "Analyse de la Corrélation entre la Présence sur les Réseaux Sociaux sur le Nombre d'Entrée des Sites Touristiques, le Cas de la "Loire Valley " et de Tripadvisor ", 29eme Colloque IBIMA, Vienne, Autriche.
- [Coll. 26]. 2018, Dosquet F., Lorey T., Errami Y., Bourliataux-Lajoinie S., "Les chemins de Saint Jacques, une même double labellisation mais deux modes de gestion d'un même patrimoine ancestral : Comparaison entre le management versant français et versant espagnol ", Journée du Management du Tourisme Patrimonial, Domaine National de Chambord, 15 juin 2018.
- [Coll. 27]. 2018, Bourliataux-Lajoinie S., David M., "Analyse de la stratégie de légitimation d'un Cloud Souverain par l'Etat – le cas français ", Colloque de l'Association Internationale de Management, Montréal.
- [Coll. 28]. 2018, Doueiry-Verne C, Verne J-F, Bourliataux-Lajoinie S., "Ethics in Marketing Practices in different Countries: The Case of Data Privacy in using Digital Marketing ", Annual Macromarketing conference, Liepzig, Germany, Juillet 2018.
- [Coll. 29]. 2019, Bourliataux-Lajoinie S., Maubisson L., David M., Ladhari R., "Comparative approach to the effectiveness of an immersive video advertising message Vs traditional video in the choice of a touristic site", International Marketing Trends Congress - ESCP, Venice.
- [Coll. 30]. 2019, Maubisson L, Bourliataux-Lajoinie S., David M., "Examination of the predictive capacity of the Netqu@l model according to the experiences on website and the Domaine National de Chambord." International Marketing Trends Congress - ESCP, Venice.
- [Coll. 31]. 2019, Dosquet F, Lorey L, Bourliataux-Lajoinie S, Hugues S, "Toward a framework to evaluate Pilgrims' expectations on The Way Of Saint James", Advances in Tourism Marketing Conferences, Namur.
- [Coll. 32]. 2019, Bourliataux-Lajoinie S, del Olmo Arriaga J.L, Dosquet F, "How digital strategy increases over-tourism – The case of Barcelona", Advances in Tourism Marketing Conferences, Namur.
- [Coll. 33]. 2020, Bourliataux-Lajoinie S, Maubisson L, " Ecarts d'estimation de prix avant/après exposition a un message publicitaire en format vidéo immersive vs format

vidéo traditionnelle : une application dans le domaine du tourisme", 7ème Colloque Prix et Valeur, Université de Tours, 12 juin 2020.

- [Coll. 34]. 2020, Bourliataux-Lajoinie S, Raicovitch J-M, "Mesure de l'acceptation des cours en ligne et de la satisfaction par les étudiants – le cas du passage forcé lors du confinement", Atelier Recherche AUNEGE 26 novembre 2020.
- [Coll. 35]. 2021, Fawaz R.S, Bourliataux-Lajoinie S, Roessner A, Okazaki S, " What can we learn from collective threat? ", Marketing, Strategy & Policy, Newcastle University
- [Coll. 36]. 2021, "Do You Have a Reservation? How Consumer Privacy Concerns Jeopardize Online Tourism Agencies Evaluation" Stéphane Bourliataux-Lajoinie, Julien Cloarec, Advances in Consumer Research, Seattle, Oct 21.
- [Coll. 37]. 2021, Shahidi Niousha, Tossan Vesselina, Bourliataux-Lajoinie Stephane, Cacho-Elizondo Silvia, "Explaining the Intention to Use a Health Tracking Application During the Pandemic", 3rd International Conference on Digital, Innovation, Entrepreneurship & Financing INSEEC U., Lyon Campus, France, December 21.
- [Coll. 38]. 2022, Bourliataux-Lajoinie S., Cloarec J. « Avez-vous une réservation ? Comment les préoccupations des consommateurs en matière de protection de la vie privée mettent en péril l'évaluation sur les plateformes de réservation en ligne », Association Information et Management, Marseille.
- [Coll. 39]. 2022, Fournier C., Chevalier F., Bourliataux-Lajoinie S. "Du coworking au « co-learning » : impacts des tiers lieux ou Campus Connectés sur la formation et l'employabilité des apprenants en contexte insulaire", Colloque enjeux de société et GRH insulaire, 3 & 4 novembre 2022, Tahiti.
- [Coll. 40]. 2023, Dosquet F., Bourliataux-Lajoinie S., Lorey T., Rival Y., "Réinventer les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle en mesurant les attentes des pèlerins. ", AFMAT, 31 mai – 2 juin, Gérone.
- [Coll. 41]. 2023, Bourliataux-Lajoinie S., Rival Y., David M., "Assessing the impact of information load on the usage intention of an augmented reality application for wine selection", 9 Th Advances in Tourism Marketing Conference, Bordeaux, 6 - 9 septembre 2023.
- [Coll. 42]. 2023, Fournier C, Bourliataux-Lajoinie S. "La stratégie digitale au service du développement de la marque employeur pour attirer les talents : le cas de la fonction territoriale polynésienne.", Colloque international GRT management et GRH insulaire, Saint Denis de la Réunion, 2 et 3 novembre 2023.
- [Coll. 43]. 2024, S.Bourliataux-Lajoinie, M-F Gauthier-Peiro, K. Agbokanzo, B. Mazieres, "Visite en réalité virtuelle d'un site UNESCO, produit d'appel ou de substitution ? Le cas de Lascaux », International Marketing Trends Conference, Venise.

- [Coll. 44]. 2024, S.Bourliataux-Lajoinie, Yann Rival, Mickael David, Silvia Cacho Elizondo, "Evaluation of the intention to use a augmented reality mobile application for wine purchase", International Marketing Trends Conference, Venise.
- [Coll. 45]. 2024, S.Bourliataux-Lajoinie, Julie Leroy, Jean-Pierre Tang-Taye, Laurent Maubisson, "Perception de la gestion des données privées par les applications mobile et satisfaction des usagers : le cas de TripAdvisor", International Marketing Trends Conference, Venise.
- [Coll. 46]. Tamim, B., Petitprêtre, B., Bourliataux-Lajoinie, S. (2024). "Shared Product: typology and issues for firms". International Marketing Trends Conference (IMTC), Venise.
- [Coll. 47]. 2024, S.Bourliataux-Lajoinie, M-F Gauthier-Peiro, K. Agbokanzo, B. Mazieres, « 2D Virtual Reality tour of a UNESCO Site: A Promotional Attraction or a Substitute? The Case of the Lascaux Cave (France) » European Marketing Association Congress, Bucharest.
- [Coll. 48]. 2025 Bourliataux-Lajoinie S., Fournier S., « Mesure comparative de la confiance dans l'IA pour la recommandation d'un circuit touristique ». International Marketing Trends Conference (IMTC), Venise.
- [Coll. 49]. 2025, Bourliataux-Lajoinie S., Bourliataux J., Petitpretre B., Vaziri T., « Je ne veux pas de vos services : comment gérer la communication d'un produit tabou, le cas des pompes funèbres ». Colloque International Marketing Trends Conference, Venise.
- [Coll. 50]. 2025, Agbokanzo K.S., Soulié P-C., Kaswengi J., Bourliataux-Lajoinie S.,« Pour une meilleure prise en compte de l'influence de l'image de la destination touristique sur les intentions comportementales des résidents », Colloque Association Française de Marketing, Lille.
- [Coll. 51]. 2026, Petitpretre B., Bourliataux-Lajoinie S., "Between illusion and authenticity: Understanding visitors' experience in a fictional heritage site". Colloque International Marketing Trends Conference, Berlin.
- [Coll. 52]. 2026, Bourliataux-Lajoinie S., Fournier C., Shahidi N., Rival Y., "Measuring the criteria for choosing and satisfaction with a tourism provider in a hypercompetitive environment". Colloque International Marketing Trends Conference, Berlin.

Ouvrages et chapitres d'ouvrages

- [Ouv. 1]. 1999, auteur d'un chapitre dans l'ouvrage "La publicité sur Internet", coordonné par F.X. Hussherr pour l'I.A.B. (Internet Advertising Bureau), Ed. Dunod.
- [Ouv. 2]. 2006, auteur d'un chapitre dans l'ouvrage "Recherches en Management et Organisations ", coordonné par le Pr Kalika et le Pr Romelaer, Ed Economica, 650p.
- [Ouv. 3]. 2008, "DCG 8 - Systèmes d'information de gestion", auteur et coordinateur de l'ouvrage. Stéphane Bourliataux-Lajoinie, Cyril Gallitre, Yves Roy, Ed Dunod, collection expert-sup 448p. (1500 exemplaires vendus)

- [Ouv. 4]. 2011, "E-marketing et E-commerce ", Dunod, auteur et coordinateur de l'ouvrage avec Thomas Stenger,
i. Auteur du chapitre la "Publicité sur Internet " ;
- [Ouv. 5]. 2012, "Marketing et Communication Politique ", auteur d'un chapitre sur l'utilisation des TIC dans la communication territoriale. Ed EMS, ouvrage coordonné par F. Dosquet.
- [Ouv. 6]. 2014, "E-marketing et E-commerce, Concepts, outils, pratiques Seconde édition "Dunod, auteur et coordinateur de l'ouvrage avec Thomas Stenger,
i. Co auteur du chapitre "E-marketing international "
ii. Co-auteur du chapitre "Géolocalisation et tracking des internautes ".
iii. Co-auteur du chapitre "Référencement sur Internet ".

Ouvrage labellisé FNEGE 2015, ouvrage vendu à plus de 9 000 exemplaires vendus (papier, ebook, 1 et 2 édition confondues).
- [Ouv. 7]. 2016, auteur d'un encart "Avis d'expert " dans l'ouvrage "M-Marketing ", Ed Dunod, coordonnée par F.Dosquet.
- [Ouv. 8]. 2017, auteur du chapitre, "The Evolution of e-Commerce in BRIC Countries: Between Economic Opportunities and Evolving Expectations." en collaboration avec Fernando Padovani, Tatiana Tychkova et Mohua Banerjee, in "The social relevance of the Organisation of Information Systems and ICT", Ed Springer, ouvrage coordonné par Harfouche A. et Cavallari M.
- [Ouv. 9]. 2020 , co auteur d'un chapitre Dosquet F, Lorey T, Bourliataux-Lajoinie S, del Olmo Arriaga J, "Case Study 5: A Paradox of the UNESCO "World Heritage" Label? The Case of the Way of St James of Compostela in France" in Overtourism Causes, Implications and Solutions by Seraphin H, Gladikikh T and Vo Thanh T, Springer May 2020.
- [Ouv. 10]. 2021, co-auteur d'un chapitre Bourliataux-Lajoinie S., del Olmo Arriaga J., Dosquet F., "How Digital Strategy Increases Over-Tourism – The Case of Barcelona" in Sustainable and Collaborative Tourism in a Digital World, Publisher: Goodfellow publishers, sous la direction de Decrop, Alain, Correia, Antonia, Fyall, Alan, Kozak, Metin.
- [Ouv. 11]. 2023, Elgar Encyclopedia of Services, auteur de la rubrique "M-services in emerging countries » en collaboration avec le Pr Rivière.
- [Ouv. 12]. 2023, Elgar Encyclopedia of Services, auteur de la rubrique "Tourism M-services » en collaboration avec le Pr Rivière.
- [Ouv. 13]. 2024, Stéphane Bourliataux-Lajoinie, Maite Sylla-Iyarreta Veitia Et Thierry Koscielniak, , "Construire la pédagogie de demain, Chapitre 5. Jumeaux immersifs, quand la réalité virtuelle est utilisée pour enseigner la chimie au Conservatoire National des Arts et Métiers, l'expérience CAP'VR", dans l'ouvrage Pratiques Pédagogiques Innovantes coordonné par Chevalier F. et Fournier C., Editions EMS.
- [Ouv. 14]. 2025, Stephane Bourliataux-Lajoinie, Angy Geers, Batoul Tamim, « Metavers and luxury industry" in "The Digital Runway: Fashion, Luxury and the Metaverse Experience", Editor: José Luis del Olmo Arriaga Carmen Ruiz Viñals Marilé Pretel Jiménez, TIRAN EDITORIAL, Spain, 2025.

[Ouv. 15]. 2025, Stephane Bourliataux-Lajoie, Yann Rival, Mickael David, Silvia Elizondo, “Chapter 15 Value in Use and Value Proposition of Wine Tourism Mobile Applications”, in *Tourism Marketing: The Experiential Perspective*, by Antonia Correia, Metin Kozak, Goodfellow publisher. DOI: 10.23912/9781917433648-6157.