



## GUILLOT-SOULEZ Chloé

### Fonction et principales responsabilités (2 lignes) :

Maitre de Conférences HDR – iaelyon (Université Jean Moulin Lyon 3)  
Responsable du Master 2 Ressources Humaines et Organisation  
Coordinatrice du GRT AGRH Marque employeur et marketing RH (avec Eric Pezet)

### Adresse professionnelle

iaelyon – Université Jean Moulin Lyon 3  
1C avenue des Frères Lumières  
CS 78242  
69372 Lyon Cedex 08

### Principales formations

Habilitation à Diriger des Recherches (Université de Lorraine)  
Doctorat en Sciences de Gestion (Université Paris I Panthéon Sorbonne – IAE de Paris)

### Principaux enseignements

Gestion des ressources humaines ; Marque employeur ; Rémunération ; SIRH et digital RH ; GPEC

### Principales publications

- Guillot-Soulez C. (2020), *La Gestion des Ressources Humaines (2020/2021)*, Collection Les Zoom's, Lextenso Editions – Gualino, 13<sup>ème</sup> édition.
- Guillot-Soulez C., Cloet H. et Landrieux-Kartochian S. (2020), *Exercices de Gestion des Ressources Humaines avec corrigés détaillés (2020/2021)*, Collection Les Zoom's, Lextenso Editions – Gualino, 12<sup>ème</sup> édition.
- Guillot-Soulez C. et Pezet E. (2020), *Marque employeur et travail expérientiel : la GRH dans l'économie des marques*, Vuibert Collection AGRH.
- Capelli S., Guillot-Soulez C. et Sabadie S. (2020), *Management des coopératives : une différence créatrice de valeur(s)*, EMS Management & Société.
- Capelli S., Guillot-Soulez C., Sabadie W. et Séguin M. (2020), “Les principes des coopératives contribuent-ils à leur attractivité RH ? Une approche internationale”, *Management International*, vol. 24, n°4.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2019), “ Etre un employeur bancaire coopératif, ça change quoi ? De l'influence de la gouvernance coopérative sur la marque employeur ”, *Revue Française de Gestion*, n°282, p.57-75.
- Guillot-Soulez C., St-Onge S. et Soulez S. (2019), “ Exploration des liens entre la communication de labels employeurs dans les annonces de recrutement, le mode de gouvernance et l'attractivité des organisations aux yeux des candidats”, *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 34, n°3, p.6-32.
- Guillot-Soulez C. et Soulez S. (2015), « Travailler pour une banque qui appartient à ses clients, ça change quoi ? Analyse de l'identité de marque employeur des banques coopératives », *@grh*, n°15, p.59-77.