

Maria Mercanti-Guérin

Maître de Conférences HDR, Hors Classe

IAE DE PARIS

[guerin.iae@univ-paris1.fr](mailto:guerin.iae@univ-paris1.fr)

[maria.mercanti@gmail.com](mailto:maria.mercanti@gmail.com)

## Diplômes et formation

---

Septembre 2023 : Passage à la **Hors Classe** des maîtres de conférences

Février 2017 : **Qualification aux fonctions de professeur des universités**

Mars 2014 : **Habilitation à diriger des recherches (HDR)**

**Intitulé de la note de synthèse** : *De la créativité publicitaire à la créativité numérique, modélisation et influences sur le consommateur, sous la coordination du Professeur Jean-François Lemoine, Université Paris 1 –Sorbonne*

Décembre 2005 : **Doctorat**, spécialité : Sciences de Gestion, *mention très honorable avec félicitations du jury à l'unanimité, thèse proposée pour subvention à la publication*

**Intitulé de la thèse** : *La créativité publicitaire perçue : modélisation et impact sur le processus de persuasion publicitaire, sous la direction du Professeur Joël Brée, Université de Caen Basse-Normandie*

Septembre 2000 : **DEA marketing et stratégie**, Université Paris-Dauphine

Septembre 1990 : **Rouen Business School (Neoma)**, Promotion 1990

Septembre 1985- Juin 1987 : Prépa HEC

## Fonctions

---

IAE de Paris

Depuis Décembre 2017 : Maître de conférences HDR

Intervient dans les formations suivantes : Master QSE, MAE, MBA Entrepreneuriat, Master RH.

Mes cours sont en libre accès sur : <https://mariamercantiguerin.com/>

Membre du CHSCT de Septembre 2019 à Janvier 2020.

Conservatoire National des Arts et Métiers

De septembre 2010 à Novembre 2016 : Maître de conférences, responsable des enseignements e-business au sein de l'équipe marketing-vente-distribution – Gestion d'un certificat de plus de 1000 inscrits en formation continue en FOAD et présentiel

Université d'Evry-Val-d'Essonne

Septembre 2005 – juin 2010 : Maître de conférences, responsable du Master 1 AIDBS (achat international, distribution biens et services)

Université de Versailles-Saint Quentin

Septembre 2001- juin 2003 : Attachée temporaire d'enseignement et de recherche

DaimlerChrysler France, Direction Marketing

Mars 1995-février 1999 : **Directrice Publicité Média et Communication Corporate**

Responsabilité d'un budget de 12 M d'euros. Définition de la politique de communication de l'ensemble de la gamme voitures. Suivi des campagnes publicitaires du brief à la réalisation. Suivi de l'ensemble de la chaîne graphique.

Mise en œuvre de la stratégie média, contrôle de l'achat et des performances. Gestion des relations avec les agences et la centrale d'achat. Etablissement des contrats et négociation des devis de production.

Etablissement des cahiers des charges concernant la réalisation des études d'image (*tracking*) et des pré- et post-tests publicitaires. Coordinateur de Mercedes-Benz *Overseas* sur les zones Afrique et Outre-mer. Suivi des actions publicitaires du réseau Mercedes (140 concessions et succursales) : assistance sur les campagnes locales et les stratégies de communication des concessionnaires, conseil média.

Responsable du *Corporate* de la marque Mercedes-Benz pour l'ensemble des communications média, hors média, après-vente et réseau.

Citroën, Direction Marketing et Commerciale Europe

Septembre 1990-février 1995 : **Chef de publicité**

Suivi des campagnes publicitaires : brief, achat média, suivi de la production, bilans de campagne.

Lancement des nouveaux produits des gammes B, M2 et H

Analyse du marché et des indicateurs marketing. Définition du positionnement publicitaire et de la stratégie de communication du produit. Organisation des pré et post-tests publicitaires. Participation au lancement de la nouvelle stratégie de marque.

## Recherches et publications

---

Mes recherches sont en libre accès sur : <https://cv.archives-ouvertes.fr/mercanti-guerin>

### Revue académiques avec comité de lecture

Le marketing des survivalistes au temps du Covid-19 : ni bond en avant, ni retour aux sources... juste autre chose, *La Revue des Sciences de Gestion*, 2023, 319 (1), pp.11-19, hal-04094915. **(Fnege 4).**

El Hana, N., Mercanti-Guérin, M., & Sabri, O. (2023). Cookiepocalypse: What are the most effective strategies for advertisers to reshape the future of display advertising?. *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122297. **(Fnege, 2)**

Maria Mercanti-Guérin, Christel de Lassus, Christophe Bezes, Quand l'expérientiel en luxe se construit sur Instagram : Synergie ou bataille entre marques et directeurs artistiques ? *Management & Avenir*, INSEEC/Management Prospective Ed. 2021, Cahier : Le marketing expérientiel du luxe : Quels sont les enjeux et les défis des maisons de luxe pour répondre aux besoins (fonctionnels, relationnels, technologies et émotionnels) de leurs clients ? Coordonné par Wided BATAT, *Management & Avenir* 2021 (N°123), pp.P.141 à 160. {10.3917/mav.123.0141} **(Fnege, 3)**

Maria Mercanti-Guérin, Facebook Commerce (F-Commerce) and French Women: A Gender Perspective, *European Journal of Economics and Business Studies*, European Center for Science Education and Research, 2021, 7 (1), pp.32-41. {10.5281/zenodo.5038102}

Maria Mercanti-Guérin, Social Downgrading on Consumer Values and Practices: A Transgenerational Perspective, *European Journal of Social Science Education and Research*, EUSER, 2021, 8 (2), pp.44-57. {10.5281/zenodo.5337062}

Mercanti-Guérin M. (2017), La similarité en marketing : périmètre, mesure et champs d'application, en collaboration avec Christophe Bezes, *Recherche et Applications en Marketing*, 32, 1. **(HCERES A)**

Mercanti-Guérin M. (2015), Persuader l'internaute en exposant volontairement sa vie privée. Le cas des blogueuses de mode, en collaboration avec Christel de Lassus, *Revue Française du Marketing*, n°50,7-26. **(HCERES C)**

Mercanti-Guérin M. (2014), Influence des réseaux sociaux sur l'attitude à l'égard de la marque universitaire, *Revue Internationale de Management et de Stratégie*, (7:1), 1-8.

Mercanti-Guérin M. (2013), L'amélioration du reciblage par les Big Data : une aide à la décision qui menace l'image des marques ? *Revue Internationale d'Intelligence Economique*, 5 (2), 153-165.

Mercanti-Guérin M. (2013), I buy your product when I feel I know you: using blog disclosure to influence consumers, en collaboration avec Christel de Lassus, *Management&Marketing*, XI, 2/2013, November.

Mercanti-Guérin M. (2013), *Les mashups*, une illustration de l'agilité en marketing, Track « Digital », *Décisions Marketing*, Juillet-Septembre. **(HCERES B)**

Mercanti-Guérin M. (2013), Analyse concurrentielle des sites de vente en ligne : une approche par le Web Analytics, en collaboration avec Laurent Flores, *Vie et Sciences de l'Entreprise*, VSE, 191-192. **(revue référencée AERES)**

Mercanti-Guérin M. (2011), Crise du secteur bancaire et portrait de la banque idéale, une étude menée auprès des jeunes consommateurs, *Revue des Sciences de Gestion*, 2011/3-4, 249-250, 57-64. **(HCERES C)**

Mercanti-Guérin M. (2010), Le pouvoir de persuasion de la mort sur les vivants, essai de modélisation appliqué au secteur des assurances, *Recherche en Sciences de Gestion, Management Sciences, Ciencias de Gestion*, 76-2010, 99-113. **(HCERES B)**

Mercanti-Guérin M. (2010), L'analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ?, *Management et Avenir*, 2010/2, 32, 132-153. **(HCERES C)**

Mercanti-Guérin M. (2010), Facebook : un nouvel outil pour le marketing politique, *Revue des Sciences de Gestion*, 2010/2, 242, 17-28. **(HCERES C)**

Mercanti-Guérin M. (2009), La netnographie : outil de prospective des métiers, une application aux nouveaux métiers du Web, *Management et Avenir*, 2009, 25, 386-405. **(HCERES C)**

Mercanti-Guérin M. (2008), Perception d'une annonce créative par le consommateur : construction et validation d'une échelle de mesure, *Recherche et Applications en Marketing*, 23, 4, 97-119. **(HCERES A)**

Mercanti-Guérin M. (2008), Emergence des prospectivistes 2.0 : le cas des planneurs stratégiques, *Management et Avenir*, 2008, 17, 126-141. **(HCERES C)**

## Ouvrages

*Marketing Digital*, 7ème édition, Editions Pearson avec David Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick et Henri Issac, août 2020

*Marketing Digital*, 6ème édition, Editions Pearson avec David Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick et Henri Issac, août 2017

*Publicité Digitale*, Editions Dunod, en collaboration avec Michèle Vincent, août 2016

*Marketing Digital : stratégies, implémentations et pratiques*, Editions Pearson, en collaboration avec Pierre Volle et Henri Isaac, août 2014

## Articles professionnels et média

Slate, En transformant Twitter, Elon Musk détruit l'outil de travail des freelances, Août 2023, <https://www.slate.fr/story/251197/twitter-x-changements-resaau-social-elon-musk-ventes-artistes-independants-freelance>

AEF Info, ChatGPT, blockchain, métaverse, Web3... Comment les enseignants peuvent-ils les intégrer en cours ? (colloque Unpiut), juin 2023, <https://www.aefinfo.fr/depeche/695310-chatgpt-blockchain-metaverse-web3-comment-les-enseignants-peuvent-ils-les-integrer-en-cours-colloque-unpiut>

Fnege, Espoirs et risques du metavers, mars 2023, <https://www.fnege.org/espoirs-et-risques-du-metavers-pour-lentreprise-mieux-comprendre-pour-agir/>

La Réclame, Comment l'Ad-Tech compte se réinventer, novembre 2022, <https://lareclame.fr/dossier-tendances-adtech-2023-271454>

The Conversation, Le Marketing Digital est-il en voie de disparition, octobre 2022, <https://theconversation.com/le-marketing-digital-est-il-en-voie-de-disparition-192515>

Xerfi Canal, Iqsog, Viralité des informations : de l'intoxication individuelle à l'intoxication collective, mars 2022, [https://www.xerficanal.com/iqsog/emission/Maria-Mercanti-Guerin-Viralite-des-informations-de-l-intoxication-individuelle-a-l-intoxication-collective\\_3750338.html](https://www.xerficanal.com/iqsog/emission/Maria-Mercanti-Guerin-Viralite-des-informations-de-l-intoxication-individuelle-a-l-intoxication-collective_3750338.html)

Xerfi Canal, Iqsog, Climato-scepticisme : la manipulation par les médias et les réseaux sociaux, février 2022, [https://www.xerficanal.com/iqsog/emission/Maria-Mercanti-Guerin-Climato-scepticisme-la-manipulation-par-les-medias-et-les-reseaux-sociaux\\_3750339.html](https://www.xerficanal.com/iqsog/emission/Maria-Mercanti-Guerin-Climato-scepticisme-la-manipulation-par-les-medias-et-les-reseaux-sociaux_3750339.html)

RTS, La crise du coronavirus a entraîné un boom des camps de survie, juillet 2021, <https://www.rts.ch/info/regions/12329909-la-crise-du-coronavirus-a-entraine-un-boom-des-camps-de-survie.html>

ChallengeS, Twitter et Facebook ont pris d'assaut la Maison Blanche, janvier 2021, [https://www.challenges.fr/high-tech/twitter-et-facebook-ont-pris-d-assaut-la-maison-blanche\\_744922](https://www.challenges.fr/high-tech/twitter-et-facebook-ont-pris-d-assaut-la-maison-blanche_744922)

The Conversation, Mode et réseaux sociaux : le directeur artistique n'est pas forcément le meilleur influenceur..., janvier 2020, <https://theconversation.com/mode-et-reseaux-sociaux-le-directeur-artistique-nest-pas-forcement-le-meilleur-influenceur-130009>

The Conversation, Le marché publicitaire se relèvera-t-il de la crise ?, octobre 2020, <https://theconversation.com/le-marche-publicitaire-se-relevera-t-il-de-la-crise-148571>

La Nouvelle République, Les dessous de la guerre autour de TikTok, septembre 2020, <https://www.lanouvellerepublique.fr/a-la-une/les-dessous-de-la-guerre-autour-de-tiktok>

The Conversation, Survivalisme : une consommation alternative portée par le marketing de l'apocalypse, mai 2020, <https://theconversation.com/survivalisme-une-consommation-alternative-portee-par-le-marketing-de-lapocalypse-137628>

The Conversation, Greta Thunberg : des perceptions bien différentes en France, aux États-Unis et en Allemagne, décembre 2019, <https://theconversation.com/greta-thunberg-des-perceptions-bien-differentes-en-france-aux-etats-unis-et-en-allemande-128732>

TF1 à l'heure de la transformation des médias : quelle stratégie ? INA Global, août 2016, <http://www.inaglobal.fr/television/article/tf1-l-heure-de-la-transformation-digitale-des-medias-quelle-strategie-9182>

## Contributions à des ouvrages collectifs

Mercanti-Guérin M. (2023), Marketing et RSE - Le grand livre de la RSE – Trébucq S. et Demersseman R. (dir), Le Grand Livre de la RSE, Dunod, Paris, 121-128.

Mercanti-Guérin M. (2022), E-commerce et pouvoir des plateformes: quels enjeux environnementaux et éthiques ?, La mise à disposition élargie des offres : vers une distribution omnicanal et humaine Wiki-Marketing pour une Société Responsable : <https://marketingpourunesocieteresponsable.org/index.php/E-commerce-et-pouvoir-des-plateformes:-quels-enjeux-environnementaux-et-%C3%A9thiques-%3F>

Mercanti-Guérin M. (2022), De la créativité perçue au biais de Statu Quo : le cas des jumeaux numériques dans l'habitat in Intelligence artificielle & Intelligence humaine – Bonnet D. et Pluchart J.J. (dir) 2022, Editions ESKA, Paris, 25-32.

Mercanti-Guérin M. (2021), Comment perdre la maîtrise de sa politique RSE ? Le cas Facebook, *La RSE et le Numérique*, 3ème ouvrage collectif de l'ADERSE, codirigé par J.J. Rosé et M. Delattre

Mercanti-Guérin M. (2017), La fraude sur le marché du digital ou la difficile construction de la confiance institutionnelle sur un marché jeune in *Un nouveau regard sur la triche et le mensonge* - Perseil S. Pesqueux Y. Banaon Y. Ben Mansour K. (dir) 2017, Editions L'Harmattan, Paris, 55-65.

Mercanti-Guérin M. (2016), Numérique et défiance chez le consommateur, proposition d'un agenda de recherche, in Collectif coord. par Sophie Agulhon, Franck Guarnieri, Sonny Perseil et Yvon Pesqueux, *La confiance en questions*, Editions L'Harmattan, collection perspectives organisationnelles, 83-93.

Mercanti-Guérin M. (2015), Les Digital Natives vont-ils réinventer la banque ou la faire sauter ?, in collectif coord. par Joël Brée et Thomas Stenger, *Digital Natives et consommation*, Editions EMS, 253-281.

Mercanti-Guérin M. (2015), Recommender Systems and Social Networks, in collective, *Recommender System*, Wiley, 69-82.

Mercanti-Guérin M. (2014), L'Inbound Marketing, in *Le processus de recrutement pour candidat et le recruteur*, de Bérangère Condomines et Emilie Hennequin, Editions Economica, Collection Management, 181.

Mercanti-Guérin M. (2014), Systèmes de recommandation et réseaux sociaux, quelles implications pour le marketing digital ? in Collectif coord. par Ghislaine Charton, Imad Saleh, Gérard Kembellec, *Les moteurs et systèmes de recommandation*, Iste Editions, collection « Systèmes d'information, web et informatique ubiquitaire », 69-82.

Mercanti-Guérin M. (2014), Combiner distinction du luxe et efficacité d'un site marchand in Collectif coord. par de C. de Lassus et E. Briot, *Marketing du luxe : de l'exigence aux pratiques innovantes*, Editions EMS, Collection Regards sur la Pratique, 185-201.

Mercanti-Guérin M. (2013), Les mutations externes du marché du digital : Résultats de l'étude prospective, *La communication numérique demain : quels impacts sur la stratégie, le management et les ressources humaines* in Collectif coord par l'Observatoire des Métiers de la Publicité, Editions EMS, collection Management & Prospective, Recherche, en collaboration avec Luc Boyer, Sébastien Payre et Aline Scouarnec, 11-38.

Mercanti-Guérin M. (2013), Les mutations internes aux entreprises de communication, *La communication numérique demain : quels impacts sur la stratégie, le management et les ressources humaines* in Collectif coord par l'Observatoire des Métiers de la Publicité, Editions EMS, collection Management & Prospective, Recherche, en collaboration avec Luc Boyer, Sébastien Payre et Aline Scouarnec, 39-64.

Mercanti-Guérin M. (2013), Les mutations RH : métiers, compétences, formations, *La communication numérique demain : quels impacts sur la stratégie, le management et les ressources humaines* in Collectif coord par l'Observatoire des Métiers de la Publicité, Editions EMS, Collection Management & Prospective, Recherche, en collaboration avec Luc Boyer, Sébastien Payre et Aline Scouarnec, 65-84.

Mercanti-Guérin M. (2012), Le marché du digital et les principaux objectifs du marketing digital in collectif coord. par Flores L., *Mesurer l'efficacité du marketing digital*, Editions Dunod, 25-42.

Mercanti-Guérin M. (2011), Du rêve américain au cauchemar allemand, le cas DaimlerChrysler in collectif coord. par Kajalainen H. et Soparnot R., *Cas en management interculturel*, Editions EMS, 45-65.

Mercanti-Guérin M. (2010), Blogs de salariés, une remise en cause du management ? in collectif coord. par Pras B., *Management : enjeux de demain*, Fnege, Vuibert, 335-344.

Mercanti-Guérin M. (2009), Les *mashups* : du géomarketing au commerce en ligne in collectif coord. par Dioux J. et Dupuis M., *La distribution, Stratégies des groupes et marketing des enseignes*, Pearson Education, 239-240.

Mercanti-Guérin M. (2009), La mesure des audiences des chaînes de la télévision par câble et satellite et d'Internet par Médiamétrie in Collectif coord. par Soparnot R., *Management des entreprises, stratégie, structure, organisation*, collection Gestion Sup, Dunod, 58-59.

## Communications (avec comité de lecture)

Maria Mercanti-Guérin, Zineb Kamal. Marques et Metavers : comment séduire la génération Alpha ? W3AC Conference, Largepa, Panthéon Assas, Jun 2023, Paris, France

Nadr El Hana, Maria Mercanti-Guérin, Ouidade Sabri-Zaaraoui. COOKIEPOCALYPSE: WHAT ARE THE MOST EFFECTIVE STRATEGIES FOR ADVERTISERS TO RESHAPE THE FUTURE OF ONLINE DISPLAY ADVERTISING?. *Green, Digitizing and redefining Aims in an Uncertain and Finite World, Aciek 2022*, Jun 2022, Seville, Spain. (hal-03779006)

Geneviève Winninger Lemarquis, Maria Mercanti Guerin. A B2B ENGAGEMENT EXPLORATION THROUGH THE LENS OF BUYER-SELLER RELATIONSHIP DIGITAL MATURITY. *CBIM International Conference 2022*, Jun 2022, ATLANTA, United States. (hal-03661272)

Geneviève Winninger Lemarquis, Maria Mercanti-Guérin. Intensified digitization and human Buyer-Seller relationships: a strategic dimension for manufacturers and distributors sales leaders. *International Marketing Trends conference*, Rome 2022, Jan 2022, ROMA, Italy. (hal-03661262)

Maria Mercanti-Guérin. FROM PERCEIVED CREATIVITY TO STATUS QUO BIAS THE CASE OF DIGITAL TWINS IN THE HOME. *Des biais décisionnels aux biais algorithmiques*, Institut Psychanalyse et Management; Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, Nov 2021, Paris, France. (hal-03450262)

Geneviève Winninger Lemarquis, Maria Mercanti Guerin. LES RELATIONS HUMAINES BUYER-SELLER ET LA DIGITALISATION « ACCELEREE » : LE POINT DE VUE DES DIRIGEANTS COMMERCIAUX SUR L'EQUILIBRE, LA VALEUR HUMAINE RELATIONNELLE, L'ACCOMPAGNEMENT ET L'ENGAGEMENT. *24ème Colloque Etienne THIL*, Oct 2021, LILLE- ROUBAIX, France. (hal-03661256)

Maria Mercanti-Guérin. Les bulles de filtre menacent-elles les contenus RSE dans le secteur des médias ? L'exemple du changement climatique. *Congrès ADERSE 2020, 17ème Congrès de l'ADERSE*, Jul 2020, Evry, France. (hal-02525299)

Mercanti-Guérin M. (2019) Défendre le positionnement luxe d'une marque grâce à son champion de marque : le rôle clé du directeur artistique sur Instagram en collaboration avec Christel de Lassus, *Colloque Etienne Thil*, Oct 2019, Paris, France. (hal-02317551) - **Prix de la meilleure communication**

Mercanti-Guérin M. (2016), La fraude sur le marché du digital ou la difficile construction de la confiance institutionnelle sur un marché jeune, *Un nouveau regard sur la triche et le mensonge*, Cnam, 25 mars.

Mercanti-Guérin M. (2015), Numérique et défiance chez le consommateur, Proposition d'un agenda de recherche, *La confiance en question*, Cnam, 20 Mars.

Mercanti-Guérin M. (2013), Le F-commerce : quelles mécaniques promotionnelles pour quel mode de persuasion ? », *Research Day on digital business*, ESG Management School, 21 juin.



- Mercanti-Guérin M. (2012), Quand le Web redécouvre une nouvelle frontière : les sites marchand « Made in France » en collaboration avec Vesselina Tossan, *Etats Généraux du Management*, 11 octobre.
- Mercanti-Guérin M. (2012), La vie privée : source de confiance à l'égard du blog en collaboration avec Christel de Lassus, *11<sup>ième</sup> journée du e-marketing*, Université Panthéon Sorbonne, 7 septembre.
- Mercanti-Guérin M. (2011), Blogs de salariés : apports et risques pour l'e-réputation en collaboration avec Aude d'Andria, *Les rendez-vous AFM-IREP*, Paris, 17 novembre.
- Mercanti-Guérin M. (2011), Surprise et créativité, *Atelier de recherche appliqué de l'AFM*, Paris, 03 novembre.
- Mercanti-Guérin M. (2011), Des crédits Facebook aux remises sociales : quels pouvoirs de persuasion pour le commerce social ?, *XIII Conférence Etienne Thil*, Roubaix, 22 septembre.
- Mercanti-Guérin M. (2010), Les blogs, objets-frontière du salarié, contournement ou appropriation d'un nouveau dialogue social en collaboration avec Aude d'Andria, *XXI Congrès AGRH*, Saint Malo, 10 novembre.
- Mercanti-Guérin M. (2010), Crise du secteur bancaire et portrait de la banque idéale, une étude menée auprès des jeunes consommateurs, *Le III<sup>ème</sup> Colloque du DEUST Travail Social , Existe-t-il des alternatives à la banque capitaliste ?*, Université d'Evry, 01 octobre.
- Mercanti-Guérin M. (2010), L'écosystème des sites de vente en ligne : une analyse par le Web Analytics, *XII conférence Etienne Thil*, La Rochelle, octobre.
- Mercanti-Guérin M. (2010), Influence du déclassement social sur les valeurs et pratiques du consommateur, une perspective générationnelle, *2<sup>ième</sup> édition des Etats Généraux du Management*, Paris, octobre.
- Mercanti-Guérin M. (2010), La créativité publicitaire représente-t-elle un danger pour les marques ?, *26<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française du Marketing*, Angers-Le Mans, 6-7 mai.
- Mercanti-Guérin M. (2009), Du rêve américain au cauchemar allemand, le cas DaimlerChrysler, *atelier organisé par l'Ecole Supérieure de Commerce et de Management Tours-Poitiers, le management interculturel*, Tours, 23 novembre.
- Mercanti-Guérin M. (2009), Menaces sur les marques et (re)constructions identitaires, le cas des collectifs de défense de la moutarde de Dijon, *14<sup>ième</sup> Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne*, Dijon, 12-13 novembre.
- Mercanti-Guérin M. (2009), L'analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ?, *8<sup>ième</sup> Journée du e-marketing*, Université Panthéon-Sorbonne, 11 septembre.
- Mercanti-Guérin M. (2009) en collaboration avec Olivier Guérin, Le Sponsorship, aide ou frein à l'appropriation des systèmes d'information ? Une application aux portails intranet, *14<sup>ième</sup> colloque AIM*, Marrakech, Maroc, 12 juin.

- Mercanti-Guérin M. (2009), L'importance de la norme dans le champ organisationnel : l'exemple du marché des médias, *AIMS, XVIII Conférence Internationale de Management Stratégique*, Grenoble, 3 juin.
- Mercanti-Guérin M. (2009), Avec la crise les jeunes croient-ils encore dans le discours des banques, *25ème Congrès de l'Association Française du Marketing*, Londres, Grande Bretagne, 14 mai.
- Mercanti-Guérin M. (2009), La netnographie, une application aux nouveaux métiers du Web, *Colloque Essec, La prospective des métiers au service du management et de la GRH*, Cergy Pontoise, 16 mars.
- Mercanti-Guérin M. (2009), Analyse des réseaux sociaux et marketing politique, Facebook, un nouvel outil de campagne, *8ième Colloque des Journées Normandes Recherche et consommation*, Caen, 12 mars.
- Mercanti-Guérin M. (2008), Blogs de salariés : quel(s) échange(s) pour quel(s) dialogue(s) en collaboration avec Aude d'Andria, *XVIIIème Congrès de l'AGRH, « A quoi sert la GRH ? »*, Dakar, Sénégal, 9-12 novembre.
- Mercanti-Guérin M. (2008), Blogs de salariés : une remise en cause du management ? en collaboration avec Aude d'Andria, *Les Etats généraux du management, « Management : tensions d'aujourd'hui et enjeux de demain »*, Palais du Luxembourg, Sénat, 17 octobre.
- Mercanti-Guérin M. (2008), Bataille pour la création de valeur dans la distribution : l'exemple des mashups, *XI Colloque Etienne Thil*, La Rochelle, 2-3 octobre.
- Mercanti-Guérin M. (2008), Effects of death on advertising persuasion: the case of life insurance, *2d International Seminar on Time, Finitude and Decline in organization and management: mourning as a Taboo ?*, Université de Brest, 25-26 juin.
- Mercanti-Guérin M. (2008), Image : fruit de la taxonomie des sites Internet, *24ème Congrès de l'Association Française du Marketing*, Vincennes, 15-16 mai.
- Mercanti-Guérin M. (2008), De l'imitation à l'innovation : vie et mort du GRP, La genèse de la décision, *Chiffres publics, chiffres privés dans la France du XXe siècle, 3ème journée d'études, « Chiffres et entreprises : contrôle, financement et stratégie »*, Université Paris-Dauphine, 8 février.
- Mercanti-Guérin M. (2007), Perception d'une annonce créative par le consommateur : construction d'une échelle de mesure et impact sur le processus de persuasion publicitaire, *Ecoute des marchés : méthodes et résultats*, Pôle Européen de Gestion et d'Economie (PEGE) de Strasbourg, 7 décembre.
- Mercanti-Guérin M. (2007), Emergence des prospectivistes 2.0 : le cas des planneurs stratégiques, *Prospective et entreprise*, Université Paris-Dauphine, 6 novembre.
- Mercanti-Guérin M. (2003), Modélisation et impact de la créativité publicitaire perçue, *Séminaire de recherche Larequoi*, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 24 juin.
- Mercanti-Guérin M. (2003), La créativité publicitaire, modélisation et impact sur le processus de persuasion publicitaire, *Tutorat collectif des IAE*, Paris, 15 juin.

## Cas pédagogiques

Mercanti-Guérin M. (2009), Du rêve américain au cauchemar allemand, le cas DaimlerChrysler, *atelier organisé par l'école supérieure de commerce et de management Tours-Poitiers, le management interculturel*, Tours, 23 novembre.

Mercanti-Guérin M. (2008), TF1 tout faire pour rester n°1, *atelier organisé par le CNAM Paris, l'Université d'Angers et la CCMP, CNAM, Paris*, 20 mars.

Mercanti-Guérin M. (2008), Peut-on innover sous pression ? le cas Médiamétrie, *atelier organisé par l'école supérieure de commerce et de management Tours-Poitiers, l'innovation dans les organisations*, Tours, 20 novembre.

## Rapports d'étude et de recherche

Mercanti-Guérin M. (2011), Métiers du numérique, Prospective des métiers du numérique, scénarii externes, *Observatoire des métiers et de la communication*, janvier.

Mercanti-Guérin M. (2010), Métiers du numérique, Panorama des enjeux en matière de recrutement, management et organisation, *Observatoire des métiers et de la communication*, février.

## Conférences invitées

Mercanti-Guérin M. (2023), IUT Journées du Futur 2023, Table ronde de Clôture, [https://www.youtube.com/watch?v=b38s2bYIC3Q&t=3492s&ab\\_channel=IUT-Journ%C3%A9esdufutur](https://www.youtube.com/watch?v=b38s2bYIC3Q&t=3492s&ab_channel=IUT-Journ%C3%A9esdufutur)

Mercanti-Guérin M. (2023), La disparition du Web tel qu'on le connaît est possible, Conférence ESSCA, Institut de la transformation digitale, mars 2023, <https://www.essca.fr/en/conference-the-disappearance-of-the-web-as-we-know-it-is-possible>

Mercanti-Guérin M. (2023), Survivalisme : quelles tendances de consommation ? Les organisations face aux crises et aux incertitudes, Sorbonne Recherche Management, Jun 2023, Paris, France. <https://www.iae-paris.com/fr/nos-actualites-evenements/table-ronde-les-organisations-face-aux-crisis-et-aux-incertitudes>.

Mercanti-Guérin M. (2022), Expérientiel et servicisation : l'un peut-il exister sans l'autre ? Maria Mercanti-Guérin Conférence IGS, quels business-models serviciels ?, Groupe IGS, Nov 2022, Paris, France.

Mercanti-Guérin M. (2022), *Le marketing digital peut-il disparaître ?*, Colloque Marketing Digital, Sorbonne, Septembre 2022.

Mercanti-Guérin M. (2021), *Derrière nos écrans de fumée*, Conférence donnée pour la Cité de l'Economie, décembre 2021

Mercanti-Guérin M. (2016), *Où va la publicité digitale ?*, Conférence donnée dans le cadre de la journée du Cercle du Marketing Direct, septembre 2016

Mercanti-Guérin M. (2016), *Les innovations numériques dans la formation*, Conférence de l'ANVIE, 21 janvier 2016.

Mercanti-Guérin M. (2015), *Les mutations du digital*, Air France, 20 septembre 2015.

Mercanti-Guérin M. (2015), *Je vous intéresse mais vous ne me connaissez pas*, Colloque Innovation Commerce, UPEC, 9 avril 2015.

Mercanti-Guérin M.(2015), *Recommandations et marketing digital*, Les systèmes de recommandation, Cnam, 6 mars.

Mercanti-Guérin M. (2015), *La netnographie : quelles méthodes de recherche ?*, Université de Bretagne Occidentale, Laboratoire ICI, 8 janvier.

Mercanti-Guérin M. (2011), Réseaux sociaux et GRH, *Le Club des RH*, Lille, 24 novembre.

Mercanti-Guérin M. (2011), *Panorama des nouvelles tendances du numérique*, AG CTPN, 23 novembre.

Mercanti-Guérin M. (2011), L'utilisation des réseaux sociaux pour les PME, *Conférence Plato*, Boulogne sur Mer, 13 octobre.

Mercanti-Guérin M. (2011), *Le numérique : nouvelles tendances*, CNAM Alsace, 25 mai.

Mercanti-Guérin M. (2011), De la relation à l'implication : quels nouveaux gisements d'innovation? Conférence de l'ANVIE, juin.

Mercanti-Guérin, M. (2011), Réseaux sociaux et stratégies des marques, *Les rendez-vous EcoGest*, édition 2011, 8 mars.

Mercanti-Guérin, M. (2009), Les nouveaux métiers du Web, *L'observatoire des métiers*, 17 septembre.

Mercanti-Guérin M. (2009), La netnographie : un outil de prospective, application aux nouveaux métiers du Web, *20<sup>ième</sup> congrès AGRH*, symposium La prospective des métiers, 9 septembre.

Mercanti-Guérin M. (2009), Le consommateur créatif : apports et dangers pour les marques, *Décades de la recherche*, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, 5 mai.

## Codirection de thèse et jurys de thèse

---

### Encadrement

Encadrement de la thèse de Zineb Kamal, Metaverses et enfants, du gaming au branding (1<sup>ère</sup> année)

Encadrement de la thèse de Geneviève Winninger, Influence de la maturité digitale sur les relations buyers-sellers, (Année 1 et 2)

Co-encadrement de la thèse d'Inan Diktas avec Christophe Bezes, Effet de l'utilisation des appareils connectés sur le comportement des clients (1<sup>ère</sup> année).

Co-encadrement de la thèse de Danielle Bebey sous la direction de Manuel Zaclad sur l'Inbound Marketing (2<sup>ème</sup> année).

Encadrement de la thèse de Laurent Mairot portant sur la marque employeur à l'heure du digital (1<sup>ère</sup> année).

Co-encadrement de la thèse de Daby Pouye, L'impact de la RSE sur l'attitude des actionnaires individuels dans le modèle du comportement planifié, **Thèse soutenue le 24 mai 2016 au Cnam.**

Co-encadrement de la thèse d'Aline Salierno, L'intention de mobilité internationale professionnelle des étudiants des Grandes Ecoles, sous la direction du Professeur Eric Pezet, aide sur la modélisation et l'utilisation des logiciels SPSS et Amos, **Thèse soutenue le 7 novembre 2011 à l'Université Paris-Dauphine.**

Direction du mémoire de master recherche de Zineb Kama, Influence du metaverse sur la perception des marques par les enfants, juin 2022

Direction du mémoire de master recherche de Djedid Nacer, *L'impact du marketing sensoriel sur les seniors, le cas des GMS*, CNAM, juin 2011.

Direction du mémoire de master recherche de Cerda Jennifer, *L'influence de l'externalisation sur la qualité des processus*, CNAM, juin 2011.

### Jury

Membre du jury de thèse de Demba DIOUF soutenue en Sorbonne le 28 février 2022, Influence de la couleur et de la typographie des sites web marchands sur les réactions de l'internaute sous la direction de Jean-François Lemoine.

Membre du jury de thèse de Yann Levy soutenue à l'IAE de Paris le 01 décembre 2021, Réseaux sociaux : quel impact des leviers de constitution des groupes de discussion sur le dévoilement de soi et l'engagement vis-à-vis du groupe sous la direction de Ouidade Sabri.

Membre du jury de thèse de Laura Ghebali soutenue le 22 mai 2018, Analyse de la contribution d'un nouvel usage des réseaux sociaux numériques à la connaissance organisationnelle : la curation de contenu sous la direction de Cécile Dejoux - Paris, CNAM.

## Activités associatives

---

### Associations

Membre du DICEN (**Dicen-IDF**/ Dispositifs d'Information et de Communication à l'Ère Numérique – Paris, Ile-de-France, EA 7339) de septembre 2015 à Novembre 2016

Membre du LIRSA (Laboratoire Interdisciplinaire de Recherches en Sciences de l'Action, LIRSA EA 4603, CNAM Paris) de septembre 2012 à septembre 2015.

Membre associé du DMSP (Dauphine, Marketing, Stratégie, Prospective, Université Paris-Dauphine) de septembre 2005 à juin 2010.

Membre de l'AFM de juin 2006 à aujourd'hui

Membre de l'AIM de 2009 à 2011.

Membre du bureau de l'AFM en charge du *social content* de mai 2012 à mai 2014 : création et animation du blog de l'AFM et du groupe LinkedIn.

### Organisation de conférences

Organisation de la table ronde « Marketing et RSE », Congrès international de la RSE, octobre 2023

Participation à l'organisation de la conférence "Plateformes", Cnam (Dicen), 21 janvier 2016.

Organisation de la conférence "Le marketing de demain", avec Pierre Volle et Henri Isaac, Cnam, 06 novembre 2014.

Organisation de la journée « La communication numérique demain ? » sous la direction des Professeurs Luc Boyer et Aline Scouarnec : constitution du comité scientifique, sélection d'articles, animation de la table ronde « les nouveaux métiers du Web, les mutations externes », ESSEC, 18 mai 2011.

### Comités de sélection

Membre du comité de sélection de juin 2023 à l'Université Paris-Dauphine, département Marketing

Membre du comité de sélection d'avril 2022 à l'Institut Mines Télécom, département Marketing

Membre du comité de sélection de mai 2013 au CNAM Paris, département Stratégie

Membre extérieur du comité de sélection de mai 2013 à Montpellier UM2

Membre du comité de sélection de juin 2012 au CNAM Paris, département Stratégie

Assesseur de la commission de spécialistes de septembre 2007 à février 2008 à l'université d'Evry-Val-d'Essonne, département Sciences de Gestion.

## Lecteur

---

Lecteur pour The European Journal of Humour Research

Lecteur pour Marketing Trends

Lecteur du 25<sup>ième</sup> 26<sup>ième</sup> et 27<sup>ième</sup> congrès de l'association française du marketing

Lecteur des Journées du e-marketing, Université Paris I, Paris-Sorbonne, 2012, 2011

Lecteur pour Management et Avenir 2011, 2012

Lecteur pour Décisions Marketing

Lecteur pour Recherche et Applications en Marketing

Lecteur pour la Revue des Sciences de Gestion

Lecteur pour de nombreuses conférences nationales et internationales

## Expertises

---

Expert pour l'HCERES (vague C 2018)

Présentation des apports du digital à la promotion des formations continues / journée du groupe de travail sur la formation tout au long de la vie constitué sous l'égide du ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche (Groupe Germinet)

Expert pour l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) sur les projets innovants

Expert pour Futur et Ruptures, Télécom Paris-Tech

Jury Expert pour le prix Effie sur l'efficacité publicitaire (2012, 2013, 2015, 2016, 2017)

## Responsabilités pédagogiques

---

Au Conservatoire National des Arts et Métiers

*Responsable des modules e-publicité, e-commerce et du certificat de compétences e-marketing et e-commerce* : conception et ingénierie pédagogique de modules de e-business pour un **public en formation continue** (cadres en reconversion). Définition des besoins de formation et du cahier des charges pour validation auprès du conseil des formations du CNAM. Elaboration des enseignements en e-learning. Sélection des intervenants extérieurs et organisation de conférences sur les métiers du numérique.

A l'Université d'Evry-Val-d'Essonne

*Responsable du Master 1 Achat Apprentissage et Initial* : élaboration des maquettes, gestion des intervenants, rédaction du RCC, rédaction du dossier d'habilitation, gestion des heures, relations avec les entreprises dans le cadre du CFA, organisation des comités de perfectionnement, suivi de l'insertion des étudiants.

*Responsable du L3 Sciences de gestion* : entretiens de sélection, mise en place en collaboration avec la secrétaire pédagogique de l'emploi du temps, organisation et animation de la réunion de rentrée, gestion des intervenants, gestion des plans de cours et de la cohérence pédagogique de l'année, contrôle des états de suivi, rédaction du RCC, suivi des étudiants, organisation des soutenances de rapports de stage, tenue des jurys, préparation de la rentrée 2007-2008, présentation des formations en Sciences de Gestion à d'autres filières.

A l'Université de Versailles- Saint Quentin en Yvelines

*Au sein du laboratoire Larequoi (laboratoire de recherche en qualité, organisation et innovation au sein de l'université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines), en charge des supports de communication du Larequoi* : plaquettes de communication, élaboration des présentations des formations de gestion.

Participation à la coordination du rapport de recherche : Evaluation de la politique de formation continue des agents de l'Etat : le cas du secteur hospitalier, (direction A. Bartoli), octobre 2002.

Autres

De septembre 2007 à juillet 2008 : coordinateur des licences de Sciences de Gestion à l'université d'Evry-Val d'Essonne.

Suivis de VAP concernant des candidats à l'expérience professionnelle orientée distribution et commerce

## Enseignements

---

A l'IAE de Paris

Metaverses, NFT, Web 3, cryptomonnaies, DeFi, Marketing digital, Communication QSE

Au Conservatoire National des Arts et Métiers en master 2 et certificat de compétences  
Enseignement en e-business, référencement naturel, audit de site, Google Ad words, Web Analytics, affiliation, e-mailing, réseaux sociaux, CRM, enseignement en marketing B to B sur les réseaux sociaux

A l'Université d'Evry-Val d'Essonne

*En licence professionnelle entrepreneuriat* : marketing et développement commercial

*En licence professionnelle communication corporate* : publicité et marketing relationnel, en formation en apprentissage, continue et initiale, gestion de la relation client

*En licence L3 Sciences de gestion* : comportement du consommateur, marketing opérationnel



*En master M1 Stratégie, pilotage, contrôle* : stratégie de distribution, en formation en apprentissage, continue et initiale

*En master M1 Achats internationaux, distribution biens et services* : études de marché et panels, en formation en apprentissage, continue et initiale

*En master M2 Professionnel Stratégie, pilotage, contrôle* : contrôle et marketing

*En master M2 Professionnel Achats internationaux, distribution biens et services* : achat média

*En master M 2 Recherche Stratégie, pilotage, contrôle* : méthodes quantitatives

*En master M2 Recherche (Université de Valenciennes)* : l'accès au terrain

**Suivis de mémoires de M1 et M2** sur les sujets touchant à la distribution, à l'achat, au e-commerce, à la gestion de la relation client, en marketing B to B.