



UFR SSH, 02 rue du Facteur Cheval
91000 Evry cedex

maria.guerin@univ-evry.fr
maria.guerin@laposte.net

MARIA MERCANTI-GUERIN
*Maître de Conférences en Sciences de
Gestion*

Situation

Maître de Conférences à l'Université d'Evry-Val-d'Essonne depuis septembre 2006

Formation

- 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** - 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
 - Président de Jury : Monsieur Pierre Louis Dubois, Professeur, Université Paris II Panthéon Assas
 - Monsieur Bernard Pras, Professeur, Université Paris IX Dauphine, rapporteur
 - Monsieur Alexandre Steyer, Professeur, Université Paris I Sorbonne Panthéon, rapporteur
- Septembre 2000 : **DEA marketing et stratégie**, *mention assez bien*, Université Paris-Dauphine
 - **Mémoire majeur** : la nostalgie en publicité, effet de fin de siècle ou utilisation légitime ?, sous la direction du Professeur Pierre Volle
- Septembre 1990 : **Sup de Co Rouen**
- Septembre 1985- Juin 1987 : Prépa HEC

Activités de recherche

- Membre associé au Centre de Recherche DRM (CNRS UMR 7088), Université Paris Dauphine
- Membre de l'AFM depuis juin 2006
- Lecteur du 25^{ième} et 26^{ième} congrès de l'association française du marketing
- Membre de l'AIM depuis juin 2009

Thématiques

Mes recherches portent sur les nouvelles voies créatives : perception de la créativité par le consommateur, influence de la créativité sur la persuasion publicitaire. J'étudie l'impact des nouvelles technologies sur les pratiques de création (influence du web 2.0 sur la prospective) et l'achat média. Je m'intéresse également à l'influence des nouvelles technologies sur les pratiques de gestion : gestion des ressources humaines, modifications des modes de distribution, outils collaboratifs.

Publications

Revue académiques avec comité de lecture

- Mercanti-Guérin, M (2008), La créativité d'une annonce telle qu'elle est perçue par le consommateur : construction d'une échelle de mesure, *Recherche et Applications en Marketing*, décembre 2008.
- Mercanti-Guérin, M. (2008), Emergence des prospectivistes 2.0 : le cas des planneurs stratégiques, *Management et Avenir*, juin 2008.
- Mercanti-Guérin, M. (2009), La netnographie : outil de prospective des métiers, une application aux nouveaux métiers du Web, *Management et Avenir*, n° 25, mai 2009.
- Mercanti-Guérin, M. (2010), Facebook : un nouvel outil pour le marketing politique, *Revue des Sciences de Gestion*, à paraître.
- Mercanti-Guérin, M. (2010), L'analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ?, *Management et Avenir*, à paraître
- Mercanti-Guérin, M. (2010), Le pouvoir de persuasion de la mort sur les vivants, *Revue SCIENCES DE GESTION*, à paraître.

Chapitres d'ouvrage

- Blogs de salariés, une remise en cause du management ?, *Management : enjeux de demain*, coordination B.Pras, Fnege, Vuibert, 335-344, janvier 2010.
- Les mashups : du géomarketing au commerce en ligne in Dioux et Dupuis (dir), *La distribution, Stratégies des groupes et marketing des enseignes*, 239-240, décembre 2009.
- Peut-on innover sous pression : le cas Médiamétrie in R. Soparnot (dir), *Management des entreprises, stratégie, structure, organisation*, Dunod, Collection Gestion Sup, octobre 2009, 58-59.

Communications publiées dans des actes

- Mercanti-Guérin, M. (2010), La créativité publicitaire représente-t-elle un danger pour les marques ?, *26^{ème} congrès de l'association française du marketing*, Angers-Le Mans, 6-7 mai 2010.
- 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 2008.
- Mercanti-Guérin, M. (2009), Menaces sur les marques et (re)constructions identitaires, le cas des collectifs de défense de la moutarde de Dijon, *14^{ième} journée de recherche en marketing de Bourgogne*, Dijon, 12-13 novembre 2009.
- Mercanti-Guérin, M. (2009), L'analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ?, *8^{ième} journée du e-marketing*, Université Panthéon-Sorbonne, 11 septembre 2009.
- 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^{ième} colloque AIM*, Marrakech, Maroc, 12 juin 2009.
- 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 2009.
- Mercanti-Guérin, M. (2009), Avec la crise les jeunes croient-ils encore dans le discours des banques, *AFM, 25ème congrès de l'association française du marketing*, Londres, Grande Bretagne, 14 mai 2009.
- 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*, 16 mars 2009.
- 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*, 12 mars 2009.
- Mercanti-Guérin, M. (2008), en collaboration avec Aude d'Andria, Blogs de salariés : quel(s) échange(s) pour quel(s) dialogue(s), *XVIIIème Congrès de l'AGRH, « A quoi sert la GRH ? »*, 9-12 novembre 2008, Dakar, Sénégal, cd-rom.
- Mercanti-Guérin, M. (2008), en collaboration avec Aude d'Andria, Blogs de salariés : une remise en cause du management ?, *Les Etats généraux du management, « Management : tensions d'aujourd'hui et enjeux de demain »*, Palais du Luxembourg, Sénat, 17 octobre 2008.
- Mercanti-Guérin, M. (2008), Bataille pour la création de valeur dans la distribution : l'exemple des mashups, *XI Colloque Etienne Thil*, 2-3 octobre 2008, La Rochelle, cd-rom.
- 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 2008, cd-rom.

- Mercanti-Guérin, M. (2008), Image : fruit de la taxonomie des sites Internet, *AFM, 24ème congrès de l'association française du marketing*, 15-16 mai 2008, cd-rom.
- 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 »*, 8 février 2008, Paris Dauphine.
- 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 2007, cd-rom.
- Mercanti-Guérin, M. (2007), Emergence des prospectivistes 2.0 : le cas des planneurs stratégiques, *Prospective et entreprise*, Université Paris-Dauphine, 6 novembre 2007, cd-rom.

Cas pédagogiques

- 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 2008.
- 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 2008.
- 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 2008.

Prix

- Prix du meilleur cas de synthèse en Management Stratégique, Paris CNAM, 20 mars 2008.

Journées de recherche

- Mercanti-Guérin, M. (2003), Modélisation et impact de la créativité publicitaire perçue, *Séminaire de recherche Larequoi*, Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 24 juin 2003.
- Mercanti-Guérin, M. (2003), La créativité publicitaire, modélisation et impact sur le processus de persuasion publicitaire, *Tutorat collectif des IAE*, Paris, Juin 2003.

Conférences invitées

- Mercanti-Guérin, M. (2009), Les nouveaux métiers du Web, *L'observatoire des métiers*, 17 septembre 2009.
- Mercanti-Guérin, M. (2009), La netnographie : un outil de prospective, application aux nouveaux métiers du Web, *20^{ième} congrès AGRH, symposium La prospective des métiers*, 9 septembre 2009.

- 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 2009.

Enseignements

- *En licence professionnelle entrepreneuriat* : marketing et développement commercial
- *En licence professionnelle communication corporate* : publicité et marketing relationnel
- *En licence L3 Sciences de gestion* : comportement du consommateur, marketing opérationnel
- *En master M1 Stratégie, pilotage, contrôle* : stratégie de distribution
- *En master M1 Achats internationaux, distribution biens et services* : études de marché et panels
- *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

Responsabilités administratives

A l'Université d'Evry-Val-d'Essonne

- Depuis septembre 2009 : responsable pédagogique du M1 AIDBS (achat international, distribution biens et services)
- De septembre 2007 à juillet 2008 : responsable pédagogique de la L3 Sciences de gestion initiale et apprentissage
- De septembre 2007 à juillet 2008 : coordinateur des licences de Sciences de Gestion
- Assesseur de la commission de spécialistes de septembre 2007 à février 2008
- De septembre 2006 à juillet 2007 : responsable pédagogique de la L3 Sciences de gestion et M1 Sciences et métiers du management et de l'international en initial
- Rédacteur du dossier d'habilitation de la mention de Master AIDBS (M1 et M2 achat international, distribution de biens et services)
- Rédacteur du dossier d'habilitation de la L 3 Sciences de Gestion dans le cadre du plan quadriennal

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 tant qu'ATER de septembre 2001 à juin 2003

- 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.

A l'Université de Valenciennes

- Membre du comité de sélection (COS) de mai 2009.

Expériences professionnelles

DaimlerChrysler France, Direction Marketing

- Mars 1995-février 1999 : **Responsable 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

- Janvier 1992-février 1995 : **Chef de publicité**

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

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 " vous n' imaginez pas tout ce que Citroën peut faire pour vous ".

- Septembre 1990-décembre 1991 : **Commerciale**

Commerciale des concessions du District Nord. Conseiller commercial au Salon de l'Automobile à Genève.