

Maria Mercanti-Guérin

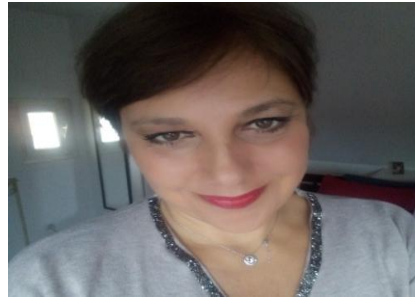
Maître de Conférences HDR

IAE DE PARIS

Diplômes et formation

Tél : 06 32 23 00 62

guerin.iae@univ-paris1.fr



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

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

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

Revue académiques avec comité de lecture

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, 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

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. (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, Gérald 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)

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, *1^{ière} 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^{ème} 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^{ème} édition des Etats Généraux du Management*, Paris, octobre.

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.

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^{ième} 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^{ième} 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^{ième} 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, 25^{ème} 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, 8^{ième} 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, XVIII^{ème} 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, 2^d 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, 24^{ème} 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. (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^{ième} 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 mémoires de recherche

Co-encadrement de la thèse d'InanDiktas avec Christophe Bezes, Effet de l'utilisation des appareils connectés sur le comportement des clients (1^{ère} année).

Co-encadrement de la thèse de Danielle Bebey sous la direction de Manuel Zaclad sur l'Inbound Marketing (2^{ème} année).

Encadrement de la thèse de Laurent Mairot portant sur la marque employeur à l'heure du digital (1^{ère} année).

Co-encadrement de la thèse de DabyPouye, 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 EricPezet, 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 DjedidNacer, *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.

Activités associatives

Associations

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

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 mars 2016

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 : animation du blog de l'AFM et du groupe LinkedIn.

Organisation de conférences

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.

Participation à l'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

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

Membre du comité de sélection de juin 2012 au CNAM Paris

Membre du comité de sélection de mai 2013 au CNAM Paris

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

Lecteur

Lecteur du 25^{ième} 26^{ième} et 27ième 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

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

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.