



Professeure assistante Marie KEREKES

Département de rattachement: Marketing and
Retailing

Email: marie.kerekes@essca.fr

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Interaction avec les robots sociaux et la technologie
- Comportement du consommateur
- Méthodes ethnographiques

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Comportement des consommateurs
- Méthodes qualitatives

FORMATION

Diplôme le plus élevé :

2022	Doctorat sciences de gestion (Marketing), Université Paris Dauphine-PSL, France <i>Individuals' connection with social robots and its role in the appropriation process</i>
2018	Master Grande Ecole (Marketing), NEOMA Business School, France
2014	Classes Préparatoires aux Grandes Écoles Lettres et Sciences Humaines (CPGE LSH), Lycée Henri IV, France

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie et positions académiques

Depuis 2025	Professeure assistante, ESSCA School of Management, France
2022 - 2024	Chercheuse post-doctoral, responsable du laboratoire expérimental et coordinateur du comité d'éthique de la recherche, ESSEC, France
2022 - 2024	Chargée de cours, ESSEC, France
2020 - 2022	Coordonnatrice des doctorants pour DRM-Ermes, Université Paris Dauphine-PSL, France
2019 - 2022	Doctorante, Université Paris Dauphine-PSL, France
2021 - 2021	Doctorante invitée, Universität Freiburg, Suisse
2018 - 2018	Assistante recherche, consortium ACCRA (Agile CoCreation Robots for Ageing), Université Paris Dauphine-PSL, France

Vie professionnelle

2019 - 2022	Community Manager, Dauphine Recherches en Management, Université Paris Dauphine-PSL, France
2019 - 2019	Experimental Lab Manager, Université Paris Dauphine-PSL, France

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie professionnelle

- 2016 - 2016 Broker Assistant, Jones Lang Lasalle (JLL), France
2015 - 2015 Assistante Marketing, Financière Immobilière de Champagne (FIC), France

PRIX, DISTINCTIONS ET BOURSES

- 2024 1st Prize Michael J. Baker Doctoral Thesis Award 2024, Academy of Marketing, Royaume Uni
2024 1st Prize IMTC's Best Thesis Award 2024, International Marketing Trends Conference (IMTC), France
2024 ICIEMC 2024 Special Distinction Award in Consumers & Technology, -
2023 Mention d'Honneur pour le Prix de thèse ANDESE, Association Nationale des Docteurs en Sciences Economiques (ANDESE)
2023 Accessit pour le Prix de thèse Sphinx 2023, Le Sphynx, France
2023 Finaliste pour le Prix de thèse AFM, Association Française du Marketing (AFM), France
2021 Best Paper Award – IMTC 2021, International Marketing Trends Conference (IMTC), France
2021 Financement de visiting pour doctorant, Universität Freiburg, Suisse
2019 Contrat doctoral, Université Paris Dauphine-PSL, France

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles évalués par les pairs

KEREKES, M. (2025). Comprendre les interactions entre les consommateurs et les robots sociaux : une approche interprétativiste et ethnographique. *Vie & Sciences de l'Entreprise*, 223(5), pp. 75-103.

Chapitres d'ouvrages

KEREKES, M. et VAN WEEREN, M. (2020). Les chiffres de la vie des affaires. Dans: Dauphine Recherches en Management (ed.). *L'état du management 2020*. 1st ed. Paris: La Découverte, pp. 99-108.

KEREKES, M. et VAN WEEREN, M. (2020). Les événements de la vie des affaires (octobre 2018-septembre 2019). Dans: Dauphine Recherches en Management (ed.). *L'état du management 2020*. 1st ed. Paris: La Découverte, pp. 109-124.

Conférence proceedings

KEREKES, M. et BEN DOUSSA, S. (2025). Eco-friendly weddings: Practices, aesthetics, and value. Dans: *NETNOCON 2025 Conference Proceedings*. Marseille: Association for Netnographic Research, pp. 87-88.

KEREKES, M., GUIOT, D. et LE NAGARD, E. (2023). Individuals' connection with social robots in a successful appropriation: a netnographic appropriation. Dans: *NETNOCON 2023 Conference Proceedings*. Manchester: Association for Netnographic Research, pp. 58-59.

KEREKES, M., GUIOT, D. et LE NAGARD, E. (2021). Elderly's connection with social robots in France. Dans: *Proceedings of the 20th International Conference Marketing Trends 2021 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Venice: Paris-Venice Marketing Trends Association.

LUCAS SOHET, L. et KEREKES, M. (2021). Videogames in virtual reality: representations and purchase intention among 15-30 year-old in France. Dans: *Proceedings of the 20th International Conference Marketing Trends 2021 Venice*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

KEREKES, M. (2019). Can robotic solutions favor the Aging Well of the elderly with a loss of autonomy. Dans: *Proceedings of 18th International Marketing Trends Conference 2019 Paris*, ed. Alberto Pastore, Julien Schmitt, Julio Jimenez, Klaus-Peter Wiedmann. Paris-Venice Marketing Trends Association.

Communications (conférences avec comité de sélection)

MAGNI, F., KEREKES, M., TANG, G., CHAO, M. et PARK, J. (2025). When AI Creates: Consumer Reactions to Human vs. AI-Made Creative Products, Symposium Navigating Uncertainty: Psychological and Organizational Insights on AI and Digitalization. Dans: AOM Annual Meeting. Copenhagen.

BOUTANG, J., KEREKES, M. et MIMOUNI, A. (2025). How to encourage low-carbon diets among young adult consumers? Insights from evolutionary psychology. Dans: Congrès international de l'AFM. Lille.

MAGNI, F., KEREKES, M., TANG, G., PARK, J. et CHAO, M. (2024). Threatened by AI creativity? The chain effect of producer identity as AI on creativity evaluations and willingness to pay. Dans: 40th EGOS Colloquium. Milan.

KEREKES, M. (2024). Le rapport des individus aux robots sociaux dans le cadre d'une appropriation réussie : une exploration netnographique – an extended abstract, Dans: Congrès international de l'AFM. Paris.

KEREKES, M., GUIOT, D. et LE NAGARD, E. (2023). Appropriation ou acceptation ? Comment appréhender l'adoption d'un robot social par le consommateur : une revue de littérature intégrative. Dans: Congrès international de l'AFM. Vannes.

KEREKES, M. et GUIOT, D. (2020). Le rapport des individus aux robots sociaux ludiques : le cas des personnes âgées en perte d'autonomie. Dans: Journées Normandes de la Recherche sur la Consommation (JNRC). Caen.

LUCAS SOHET, L. et KEREKES, M. (2020). Quelles représentations pour les jeux vidéos en réalité virtuelle et quel impact sur l'intention d'achat ? Une étude auprès des 15-30 ans en France. Dans: Journées Normandes de la Recherche sur la Consommation (JNRC). Caen.

LUCAS SOHET, L. et KEREKES, M. (2020). Représentations et intention d'achat des jeux vidéos en réalité virtuelle chez les 15-30 ans en France. Dans: 19e colloque sur le marketing digital. Paris.

KEREKES, M. et GUIOT, D. (2020). Le rapport aux robots sociaux : attentes, interactions et représentations des seniors envers les robots sociaux ludiques en France. Dans: Congrès international de l'AFM. Biarritz.

GUIOT, D., KEREKES, M. et SENGES, E. (2019). What added value to be expected from robotic solutions for elderly individuals with a loss of autonomy? A cocreation approach. Dans: Journées Normandes de la Recherche sur la Consommation (JNRC). Angers.

GUIOT, D., SENGES, E., KEREKES, M., FIORINI, L., DE MUL, M. et FABBRICOTTI, I. (2019). Assessing the added value of robotic solutions for elderly individuals with a loss of autonomy through cocreation. Dans: Association for Consumer Research Conference. Atlanta.

GUIOT, D., KEREKES, M. et SENGES, E. (2019). Living with Buddy: can a social robot help with loss of autonomy to age well? Dans: 28th IEEE International Conference on Robot and Human Interactive Communication (RO-MAN). New Dehli.

Présentation dans un séminaire de recherche

KEREKES, M. (2025). Comprendre l'appropriation des robots sociaux : une perspective centrée sur les consommateurs. Dans: Séminaire de l'Institut de Recherche en Gestion. Créteil.

KEREKES, M., GUIOT, D. et LE NAGARD, E. (2024). Living with social robots: A netnographic exploration of consumer connection through customization and multilevel interaction. Dans: AFM Publication Booster. Lyon.

KEREKES, M. (2024). Comprendre le rapport aux robots sociaux et leur appropriation par les personnes âgées en perte d'autonomie : une approche interprétativiste et ethnographique. Dans: Séminaire du GIT AFM Temps et vieillissement.

MAGNI, F., KEREKES, M., TANG, G., PARK, J. et CHAO, M. (2024). Threatened by AI? The Chain Effect of Producer Identity as AI on Creativity Evaluations and Willingness to Pay. Dans: ESSEC Experimental Workshop. Paris.

KEREKES, M. (2022). Le rapport des individus aux robots sociaux et son rôle dans le processus d'appropriation. Dans: Dauphine Digital Days. Paris.

KEREKES, M. (2021). Le rapport des individus au robot social et ses conséquences sur le processus d'acceptation. Dans: 4e Journée doctorale franco-belge en marketing UNamur-CeRCLe / DRM-ERMES. Namur.

GUIOT, D., SENGES, E. et KEREKES, M. (2019). Assessing the added value of robotic solutions for the target of the elderly with a loss of autonomy through cocreation. Dans: International Conference on Pension, Insurance, and Savings. Paris.

KEREKES, M. (2019). Les solutions robotiques peuvent-elles favoriser le "bien vieillir" de la personne âgée en perte d'autonomie ?, Dans: 7e Congrès francophone – Fragilité du sujet âgé. Paris.

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Activités éditoriales

Comité éditorial de revue scientifique

2025 - 2025 Membre du comité consultatif éditorial: Research at the Crossroad of Finance, Marketing and Operations for Sustainable Business, Emerald Publishing Limited

Service à la discipline

Membre actif d'une association scientifique ou académique

2024 - 2027 Membre du conseil et co-responsable de projet : Rencontres de l'AFM, Association Française du Marketing (AFM), France

Travaux d'évaluation pour une conférence académique

Depuis 2023 Évaluateur, congrès annuel, Association Française du Marketing (AFM), France

Depuis 2023 Évaluateur, Netnocon

Depuis 2022 Évaluateur, IMTC, Venise-Paris Marketing Association, France

Comité scientifique d'une conférence académique

Depuis 2025 Organisatrice et animatrice des NetnoChat, Association for Netnographic Research

2025 - 2025 Membre du comité scientifique : Colloque "Consommation(s), société(s) et territoires au prisme du vieillissement", IAE Gustave Eiffel, France

2024 - 2024 Membre du comité scientifique (prolongé), congrès 2024, Association Française du Marketing (AFM), France

Organisation/animation de webinaires, séminaires, de tables rondes

2022 - 2024 ESSEC Business School's Experimental Workshops

2020 - 2022 Coordination des séminaires de recherche mensuels ERMES, Université Paris Dauphine-PSL, France

Comité d'organisation de conférences

2025 - 2026 Membre du comité d'organisation du congrès 2026, Association Française du Marketing (AFM), France

2024 - 2025 Chargée d'organisation des événements de l'association, Association for Netnographic Research

Participation à un consortium de recherche

2018 - 2018 ACCRA - development of advanced ICT Robotics based solutions, Commission européenne, Belgique