



APPEL A COMMUNICATION

6^{ème} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est

MSH Dijon, 13 mars 2020



PARTENAIRES

CREGO (EA 7317), Centre de Recherches en Gestion des Organisations
Université de Bourgogne, Université de Franche-Comté et Université de Haute Alsace

CCMS, Center for Research on Consumers and Marketing Strategy
Université Catholique de Louvain et Université de Namur

CEREFIGE (EA 3942), Centre Européen de Recherche en Economie Financière et Gestion des Entreprises
Université de Lorraine

HUMANIS (EA 7308), EM Strasbourg
Université de Strasbourg

REGARDS (EA 6292), Laboratoire d'Economie et Gestion de Reims
Université de Reims Champagne Ardenne



Lancée en 2015 à Dijon, la *Journée de Recherche en Marketing du Grand Est* revient en 2020 à l'Université de Bourgogne-Franche Comté après un premier tour des différents laboratoires partenaires.

Comme les précédentes éditions, cette 6^{ème} Journée accordera une place importante aux travaux qui renouvellent les options théoriques et méthodologiques de la recherche en marketing, en proposant par exemple de nouveaux cadres théoriques, de nouvelles méthodes ou des emprunts à d'autres champs disciplinaires.

Les communications proposées peuvent dès lors concerner l'ensemble des thématiques du marketing.

Plusieurs thèmes seront au programme :

- Stratégie marketing : nouveaux modèles d'activité, innovation, nouveaux marchés, organisation des activités marketing, etc. ;
- Consommation : prise de décision, expérience de consommation, approches sociales (ethno-marketing, anthropologie, sociologie de la consommation, CCT, etc.), parcours client, etc. ;
- Distribution : gestion du point de vente, du canal de distribution, nouveaux circuits de distribution, etc. ;
- Gestion de la marque : identité, valeur des marques, etc. ;
- Communication : modes d'influences et de persuasion, etc. ;
- Marketing sectoriel : culture, loisirs, santé, etc. ;
- Marketing digital : stratégie digitale, e-commerce, transformation digitale, marketing automation, etc. ;
- Ethique marketing : légitimité, responsabilité de l'entreprise, vie privée, etc. ;
- Etudes marketing : nouveaux modes de recueil d'informations marketing, nouvelles méthodes, etc.

MODALITES PRATIQUES

Format de soumission et procédure de sélection :

Résumé de deux pages maximum, développant les principaux apports théoriques, méthodologiques et managériaux.

Les projets de communication seront sélectionnés en fonction de l'originalité et de l'intérêt scientifique et managérial de leurs apports. Le processus de sélection se fera sur la bWase des résumés. Un intérêt particulier sera porté aux contributions qui analysent les controverses et les débats dans le champ du marketing.

Format des communications :

15 pages maximum, annexes, bibliographie et première page comprises.

Le texte sera saisi sous Word, police Times New Roman, taille 12, interligne 1.5

Les communications retenues seront mises en ligne sur le site Internet du CREGO où elles seront librement accessibles (référencement sous REPEC). Les auteurs conservent tous leurs droits sur les textes, et sont encouragés à les soumettre ensuite à des revues académiques, conformément à l'esprit de ces journées qui se veulent lieu de rencontre, d'échange et de débat.

CALENDRIER

15 novembre 2019	Proposition de communications (résumé de 2 pages maximum)
17 janvier 2020	Notification aux auteurs des communications acceptées
14 février 2020	Envoi des textes définitifs des communications. (maximum de 15 pages)
02 mars 2020	Fin des inscriptions
16 mars 2020	Mise en ligne des actes sur le site Internet du CREGO http://crego.u-bourgogne.fr

INFORMATIONS PRATIQUES

Tarifs :

Auditeur (*sauf doctorant-e ou étudiant-e en Master*): 80,00 euros

Participant présentant une communication (*sauf doctorant-e ou étudiant-e en Master*): 60,00 euros

Doctorant(e) ou étudiant(e) en Master: 36,00 euros

Membre du CREGO: gratuit

Envoi des propositions et questions à l'adresse : jrmge@u-bourgogne.fr

COMITE SCIENTIFIQUE

Bertrand BELVAUX, Professeur des Universités, CREGO, Université de Bourgogne.

Dominique BOURGEON-RENAULT, Professeure des Universités, CREGO, Université de Bourgogne.

Alain DECROP, Professeur Ordinaire, Cercle CCMS, Université de Namur.

Christian DERBAIX, Professeur Emérite, CERMA-CCMS, Université Catholique de Louvain

Christian DIANOUX, Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Marc FILSER, Professeur des Universités, CREGO, Université de Bourgogne.

Jean-Luc HERRMANN, Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Laure LAVORATA, Professeure des Universités, REGARDS, Université de Reims Champagne Ardenne.

Philippe ODOU, Professeur des Universités, REGARDS, Université de Reims Champagne Ardenne.

Ingrid PONCIN, Professeure, CERMA-CCMS, Université Catholique de Louvain

Dominique ROUX, Professeure des Universités, REGARDS, Université de Reims Champagne Ardenne.

Claire ROEDERER, Professeure des Universités, HuManiS, EM Strasbourg, Université de Strasbourg.

Béatrice SIADOU-MARTIN, Professeure des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.

Françoise SIMON, CREGO, Professeure des Universités, CREGO, Université de Haute Alsace.

Björn WALLISER, Professeur des Universités, CEREFIGE, Université de Lorraine.