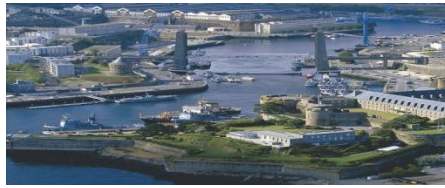


28^{ème} CONGRES INTERNATIONAL DE L'ASSOCIATION FRANCAISE DU MARKETING



9 - 11 mai 2012

Le Quartz, Centre culturel, Brest

APPEL A COMMUNICATIONS

Le 28^{ème} congrès de l'AFM sera organisé les 9, 10 et 11 mai 2012 à Brest par le laboratoire ICI (Information, Coordination, Incitations, EA 2652), l'IAE de Bretagne Occidentale, et l'ESC Bretagne Brest. Le congrès se déroulera dans l'enceinte du Quartz, le centre culturel de la métropole brestoïse. Que ce soit par la route, par le train, ou par avion, les liaisons sont nombreuses et fréquentes pour rejoindre BREST. Le Quartz, lieu du congrès, se situe à deux pas de la gare.

Le cadre du congrès

Cette édition sera, comme les précédentes, l'occasion de rencontres et d'échanges fructueux entre chercheurs et praticiens du marketing, mais aussi un temps de plaisir, de découverte et de renforcement des liens amicaux entre les membres de notre communauté. Seront présents plusieurs groupes industriels de notre région tels que DCNS et Armor Lux ainsi que des collègues universitaires irlandais, pays à l'honneur en 2012. Les congressistes auront en particulier l'occasion de visiter **Océanopolis**, le parc de découverte des océans (www.oceanopolis.com). Océanopolis est l'équipement emblématique dédié à la connaissance des océans, la vitrine de la recherche océanographique française et l'équipement touristique le plus visité en Bretagne avec plus de 8 millions de visiteurs en vingt ans.

Objectifs scientifiques et thème spécifique au 28ème congrès :

Le congrès de l'AFM sera dédié à la présentation et à la discussion de travaux faisant état des avancées les plus récentes de la recherche en marketing tant sur un plan conceptuel (nouveaux champs, nouveaux concepts) que méthodologique (outils, méthodes) ou empirique (nouveaux terrains et applications). Les propositions de communication sur des thèmes émergents, mobilisant des éclairages théoriques novateurs ou utilisant des approches méthodologiques originales sont particulièrement encouragées. Comme à l'accoutumée, le congrès est ouvert sur toutes les thématiques. Mais il mettra particulièrement en valeur le thème du **marketing social**.

Ce thème ne promet rien moins que d'améliorer la qualité de la vie ! Particulièrement d'actualité, il ouvre le marketing sur des problématiques sociétales (éducation, vieillissement, solidarité...), sur des champs conceptuels (l'éthique, l'engagement, la responsabilité) et d'application (santé, culture, protection de l'environnement) diversifiés. Il concerne également différents types d'organisations (non marchandes, de l'économie sociale et solidaire) de plus en plus souvent complémentaires de l'entreprise commerciale. Nous encourageons donc vivement les auteurs à nous adresser des soumissions dans ce domaine.

Le congrès continue par ailleurs à innover et propose cette année les différents formats de soumission suivants :

Les communications présentant une recherche aboutie:

- **les communications classiques** : papiers longs (15 pages ou 27000 caractères) présentant une recherche aboutie (sur un plan conceptuel et/ou empirique). Le comité scientifique du congrès assignera les papiers acceptés à des sessions traitant des thématiques similaires ;

Le comité scientifique décernera deux prix : le prix du meilleur papier, et le prix du meilleur papier écrit par un jeune chercheur (doctorant ou jeune docteur ayant soutenu sa thèse depuis moins de trois ans). Ne peuvent concourir à ces prix que les communications classiques.

- **les communications courtes** : papiers n'excédant pas 6 pages (hors bibliographie et annexes) présentant également une recherche aboutie, mais sous un format plus synthétique. Le nombre de communications courtes ne dépassera pas 30% de l'ensemble des communications acceptées lors du congrès. Les communications courtes ne concourent ni au prix du meilleur papier, ni au prix du meilleur papier écrit par un jeune chercheur ;

- **les communications sous la forme de vidéographies**: documents filmés et montés (DVD de 15 à 30 minutes accompagné d'un résumé écrit de 3 pages) présentant des recherches originales liées à des thématiques Marketing.

Les sessions spéciales :

- des auteurs peuvent proposer de manière concertée une session spéciale comportant trois communications différentes autour d'une thématique commune sur un sujet novateur, important et d'actualité.

Les cas et développements pédagogiques :

- des sessions seront dédiées aux développements pédagogiques liés à une thématique marketing. Il doit s'agir de cas non encore publiés.

Les instructions aux auteurs figurent sur le site <http://www.univ-brest.fr/afm2012/>

Le calendrier provisoire :

31 octobre 2011 : Date d'ouverture des soumissions en ligne

4 décembre 2011 : Date limite de soumission des communications en ligne (cette date est impérative, aucune soumission reçue après le 4 décembre ne sera acceptée.)

7 février 2012 : Notification des décisions aux auteurs

15 février 2012 : Début des inscriptions au congrès en ligne

12 mars 2012 : Date limite de réception des communications modifiées