



28^{EME} CONGRES INTERNATIONAL APPEL A COMMUNICATIONS

Cas pédagogiques

Pour la première fois, la possibilité est donnée aux auteurs de soumettre un cas pédagogique

Conditions de soumission

- tout cas pédagogique non encore publié et lié à une thématique marketing peut faire l'objet d'une soumission.
- le thème peut, mais ne doit pas nécessairement être lié au « Marketing social ».
- au moins un des auteurs devra être présent afin de présenter le cas et répondre aux questions.

Evaluation des soumissions

Les soumissions seront évaluées par deux membres du Comité Scientifique sur la base des critères suivants :

- qualité globale de rédaction du cas
- qualité et utilité des annexes
- clarté des questions posées
- qualité de la note pédagogique
- adéquation du cas avec le public ciblé
- contribution réelle d'une entreprise/organisation au cas (Informations de première main et non sur la base de documents disponibles dans la presse ou sur Internet)
- importance managériale des questions
- originalité du cas

Format de soumission

Chaque soumission devra respecter la feuille de style liée aux communications classiques, qui est disponible sur le site web du congrès AFM 2012 <http://www.univ-brest.fr/afm2012/> (Rubrique « documents utiles »)

Si le nombre de pages du cas n'est pas limité, la note pédagogique ne devra pas excéder 10 pages

Date et mode de soumission

Les soumissions peuvent être enregistrées à partir du 31 octobre 2011 et jusqu'au 4 décembre 2011 sur le Site <http://www.univ-brest.fr/afm2012>