

Appel à Communication

1^{ère} Edition du Colloque International

« Recherche et Pratiques en Marketing et Communication »

- *RePeMCo 2016* -

15 - 16 décembre 2016

ENCG Kenitra – Maroc

Appel à Communication

Date limite : 23 Octobre 2016

Thème de l'édition

**TENDANCES EN MARKETING ET COMMUNICATION : DE
NOUVEAUX HORIZONS, DE NOUVELLES STRATEGIES**

Préambule :

L'école Nationale de Commerce et de Gestion de Kenitra (Université Ibn Tofail) organise, en collaboration avec ses partenaires, la 1^{ère} Edition du Colloque International *Recherche et Pratiques en Marketing et Communication (RePeMCo)*, sous le thème : « Tendances en marketing : de nouveaux horizons, de nouvelles stratégies ».

Le thème de cette première édition du colloque s'inscrit dans les travaux et les débats récents qui ont marqué les champs du marketing et de la communication. En effet, le marketing connaît des changements, voire des bouleversements majeurs, au sein d'un environnement dynamique caractérisé notamment par le développement du Big/Open Data, la multiplication des services et objets connectés (wearables), la focalisation sur l'expérience et la relation client, l'essor du digital, la croissance de la co-création client et la nécessité d'une meilleure qualité, une plus grande créativité et innovation. A ce titre, 76% des marketeurs considèrent que le marketing a davantage changé en deux ans que lors des cinquante dernières années¹. Par ailleurs, les recherches sur les pratiques ainsi que les logiques d'information et de la communication se sont développées depuis quelques années, sous l'impulsion forte des institutions publiques et des entreprises, dans les domaines des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC). Les recherches, comme les métiers des communicants, connaissent une profonde mutation occasionnant de nouveaux défis d'où la diversité des champs d'utilisation de la communication (Entreprises, territoires, partis politiques...etc.) ; laquelle diversité implique inéluctablement l'apparition de nouvelles exigences éthiques, déontologiques et sociétales.

Ces tendances en marketing et communication méritent une analyse poussée de la part de chercheurs et praticiens afin d'apporter leur éclairage et comprendre l'évolution de la recherche et des pratiques sur le terrain.

Ce colloque entend rassembler des chercheurs, enseignants-chercheurs, praticiens et professionnels dans le domaine du Marketing, de la communication et des champs connexes. C'est un lieu de partage de connaissances, d'échanges et de convivialité ouvert à l'ensemble des contributeurs intéressés par ces problématiques transverses.

¹ Digital Marketing Symposium d'Adobe, novembre 2015.

Les axes :

Le colloque reste ouvert à toute communication pertinente. Les axes suivants sont à titre indicatif :

- Le marketing et l'innovation
- Le marketing et la création de valeur
- Le marketing de crise
- La communication marketing
- L'expérience client en marketing
- Le marketing public
- L'éthique et le marketing
- Le marketing international
- Les pratiques commerciales/merchandising
- La communication organisationnelle
- Communication, culture et médias
- La gestion de la relation client
- Les nouveaux comportements des consommateurs
- Le marketing des réseaux
- Communication territoriale
- Le marketing B to B
- Les tendances en publicité/ marques
- Distribution et multicanal
- E-marketing et e-commerce
- La Communication publique, etc.

Les contributions peuvent être de différentes approches ; conceptuelles, empiriques, quantitatives ou qualitatives, et de divers niveaux d'analyse ; groupes et individus, organisation ou encore société.

Soumission des communications

Les propositions seront soumises en français ou en anglais. Elles seront révisées en aveugle par deux membres du comité de lecture. Elles doivent respecter le format suivant :

Page de garde :

- Titre de la communication (Times New Roman 14, gras, centré)
- Pour chaque auteur (en Times New Roman 12, gras, centré):
 - Prénom / Nom
 - Fonction
 - Institution
 - Contact (Adresse professionnelle complète, email en italique, non gras)
- En Times New Roman 12 :
 - Résumé en français de 100 mots et 5 mots-clés
 - Résumé en anglais de 100 mots et 5 mots-clés.

Corps de la contribution :

- Police Times 12 pts, marges 2,5, Interligne 1,5.
- Titres en gras

Bibliographie

- Selon la norme internationale ISO 690-2.

Les contributions sont à envoyer à l'adresse suivante : repemco2016.encgk@gmail.com. Seules les communications présentées lors du colloque seront diffusées dans les actes. Une sélection de communications sera proposée pour une publication.

Consortium doctoral

Le consortium doctoral a pour but d'aider et soutenir les doctorants pour le développement d'une recherche doctorale de qualité. Il est ouvert à tout doctorant en marketing souhaitant partager ses travaux avec des professeurs expérimentés, afin de bénéficier de conseils et de recommandations complémentaires. Ce consortium s'adresse en priorité aux doctorants se situant à un stade intermédiaire de leur recherche.

Les étudiants qui désirent présenter leur recherche doivent soumettre un résumé de 10 pages maximum, en français ou en anglais, selon le format ci-dessus à l'adresse suivante : repemco2016.encgk@gmail.com. L'objet du mail doit mentionner : **Nom_ConsoDoc_2016**.

Les étudiants ayant présenté leurs travaux bénéficieront d'une formation dans les études quantitatives.

Dates importantes

- Date limite d'envoi des communications (texte intégral) et des propositions au consortium doctoral : **23 octobre 2016**
- Retour des évaluations du comité scientifique : **06 novembre 2016**
- Retour des communications (version définitive) : **20 novembre 2016**
- Dates du colloque : **15-16 décembre 2016**

Inscription

- **Avant le 15 novembre 2016**
 - Industriel : 1 500 DH (150 Euros)
 - Enseignant Chercheur : 1000 DH (100 Euros)
 - Etudiant : 500 DH (50 Euros)
- **Après le 15 novembre 2016**
 - Industriel : 2000 DH (200 Euros)
 - Enseignant Chercheur : 1500 DH (150 Euros)
 - Etudiant : 700 DH (70 Euros)

Le paiement peut être effectué par chèque ou par virement (le RIB sera communiqué à la demande).

Partenaires de l'édition :



ROYAUME DU MAROC
Ministère de l'Enseignement Supérieur, de
la Recherche Scientifique et de la Formation
des cadres.



Revue de Management et de Stratégie

Comité d'organisation

Pr. Redouane Barzi (président), ENCG, UIT

Pr. Abdelhay Benabdelhadi (co-président), ENCG, UIT

Pr. Abderazzak El Abbadi (co-président), ENCG, UIT

Pr. Fatiha Benamar, ENCG, UIT

Pr. Wafae Eladlouni, ENCG, UIT

Pr. Ahmed Gain, ENCG, UIT

Pr. Rhita Sabri, ENCG, UIT

Pr. Zohra Terrada, ENCG, UIT

Nabila Arbouch, ENCG, UIT

Ali Katra, ENCG, UIT

Zineb Baicha, ENCG, UIT

Linda El Arqam, ENCG, UIT

Chorouk Aouad, ENCG, UIT

Fatima-Zahra Bougraine, ENCG, UIT

Comité Scientifique

ACHABA Allal, ENCG – UIZ, Maroc	EL OUALIDI Med Najib, FSJES, UM5, Maroc
ACHOUR Fatima Zahra, FSJES - UIT, Maroc	ENNASRI Ahmed, UIR, Maroc
AILLI Souad, FSJES, UMS, Maroc	GAIN Ahmed, ENCG - UIT, Maroc
AIT LEMQEDDEM Hamid, ENCG - UIT, Maroc	GHAZOUANI Karima, FSJES, UM5, Maroc
AIT SOUDANE Jalila, FSJES - UM5, Maroc	HAMRI Med Hicham, ENCG – UIZ, Maroc
ALAMI Rachid, Canadian Univ. of Dubai, UAE	HASSAINATE Mohammed, FSJES – UM5, Maroc
ALAOUI OMARI Lalla Zhor, FSJES - UIT, Maroc	HMIOUI Aziz, ENCG – USMBA, Maroc
ALLALI Brahim, HEC Montréal, Canada	HOUSSAINI Abdellah, FSJES - UIT, Maroc
AMSSIDER Abderrahmane, UIZ, Maroc	IBENRISSOUL Abdelmajid, ENCG, UH2, Maroc
AOMARI Amina, FSJES, UM5, Maroc	INGARAO Aurore, Univ. de Bourgogne, France
AZOUAOUI Hassan, FSJES - UIT, Maroc	JAMAI Jihad, FSJES, UAE, Maroc
BACHIRI Mustapha, ENSET – UM5, Maroc	JAZI Salima, UH1, Maroc
BAHOUSSA Abdelaziz, EST – UM5, Maroc	KASBAOUI Tarik, FPJ, UCD, Maroc
BALAMBO Med-Amine, FSJES UIT, Maroc	KHANCHI Mohammed, UIR, Maroc
BARZI Redouane, ENCG - UIT, Maroc	LAGHZAOUI Soulaïmane, ENCG - UIT, Maroc
BELAMHITOU Mahmoud, ENCG – UAE, Maroc	LARAQUI Saad, Univ. of Maryland, USA
BEN AMAR Mohammed, ENCG, USMBA, Maroc	LEBZAR Bouchra, ENCG, UCA, Maroc
BENABDELHADI Abdelhay, ENCG - UIT, Maroc	LECONTE Patrick, IAE Brest, France
BENAMAR Fatiha, ENCG - UIT, Maroc	MAKLOUL Youssef, UCA, Maroc
BENDAHAN Mohamed, UM5, Maroc	MERAH Aïssa, Université de Béjaïa, Algérie
BENMOUSSA Fatima Zahra, ISCAE, Maroc	MESKINI Najat, FPK, UH1, Maroc
BENSASSI Habiba, ENCG – UH1, Maroc	MOURI Nacef, UIR, Maroc
BERRADO Aziz, EMI – UM5, Maroc	N’GOALA Gilles, Univ. Montpellier, France
BOUAIS Karima, Univ Lille 2, France	OUAZZANI TOUHAMI Zineb, FSE, UM5, Maroc
BOUANANE Ahmed, UM5, Maroc	OUIA Aziz, FSJESM, Maroc
BOUBRAHIMI Nabil, FSJES - UIT, Maroc	PERRET Cécile, Univ. de Savoie, France
BOUKHARI Sanaa, UM5, Maroc	PHANUEL Dominique, Univ. d’Orléans, France
BOUKOURAY Jamal, ESCA, Maroc	QMICHCHOU Mohammed, FSJES – UIT, Maroc
CHAKOR Abdellatif, Président AMM, Maroc	RAFIQ Souad, ENCG, UH1, Maroc
CHATELIN Céline, IAE d’Orléans, France	RENAULT Sophie, IAE d’Orléans, France
CHELLY Amine, EDC, France	SABRI Rhita, ENCG - UIT, Maroc
DUBOST Nathalie, IAE d’Orléans, France	SADOK Hicham, FSJES – UM5, Maroc
DAGHMI Fathallah, Univ. de Poitiers, France	SKANDRANI Hamida, ISCAE - Univ. de Manouba, Tunisie
DAOUI Driss, FSJES - UIT, Maroc	

DKHISSI Ilham, UIR, Maroc
ELABBADI Abderrazak, ENCG - UIT, Maroc
ELABBADI Bouchra, ENCG – UAE, Maroc
ELADLOUNI Wafaa, ENCG - UIT, Maroc
EL HARAOUI Ilham, FSJES, UIT, Maroc
EL HASSOUNI Soumaya, FSJES, UM5, Maroc
EL KANDOUSSI Fatima, ENCG – UIZ, Maroc
DIALLO Mbaye Fall, Univ. Lille 2, France
ELMARHOUM Adil, FSJES, UM5, Maroc

TERRADA Zohra, ENCG - UIT, Maroc
TORRA Mohamed, FSJES - UIT, Maroc
TOUMI Farid, UIZ, Maroc
WELTE Jean-Baptiste, IAE d'Orléans, France
ZERBIB Romain, HEC Paris, France
ZEROUALI OUARITI Ouafae, ENCG – UIZ, Maroc
ZERRAD Jaouad, ENCG – UH1, Maroc
ZOUKOUA Eric, IAE Tours, France

Contact

Redouane Barzi
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
Email : redouanebarzi@yahoo.fr
Tél : 0661379966

Colloque International

Recherche et pratiques en Marketing et
Communication

- RePeMCo -

Edition 2016