

ATM

17^{ième}

<http://www.atm-marketing.tn/>

Colloque International de L'Association Tunisienne de Marketing

05 et 06 Avril 2019 - Hammamet - Tunisie

Organisé par
Laboratoire de Recherche en Marketing



Comité Scientifique
Pr. Romdhane KHEMAKHEM
Pr. Imene TRABELSI TRIGUI

Thème d'actualité du colloque

Le marketing digital et la stratégie à l'ère numérique



Appel à communication

Date limite des soumissions : 31 janvier 2019

Le 17^{ième} Colloque International de l'ATM sera l'occasion pour les participants de présenter leurs recherches et constituera un cadre pour des échanges scientifiques fructueux entre académiciens et professionnels. Le colloque sera organisé les 05 et 06 Avril 2019 par le Laboratoire de Recherche en Marketing (LRM) de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Sfax (FSEGS). Vous êtes chercheur débutant ou confirmé et vous souhaitez faire bénéficier la communauté scientifique de votre expérience et partager vos réflexions, l'occasion vous est offerte pour présenter votre contribution, lors de ce colloque. La 17^{ème} édition du colloque de l'ATM se déroulera autour du thème « le Marketing Digital et la Stratégie à l'ère du numérique ». En effet, vecteur de promotion de la marque et d'optimisation de la réputation, le marketing digital, ou marketing numérique, prend une place de plus en plus importante dans l'entreprise d'aujourd'hui. Nouvelle tendance du marketing, les spécialistes se doivent de reconsidérer leurs stratégies de connaissance et leurs méthodes de travail et considérer les différents domaines sur lesquels se base le marketing digital. Le marketing ne peut pas être épargné par cette tendance, en communiquant et en orientant la stratégie vers des actions à retombées potentiellement bénéfiques pour l'entreprise et pour le marché. Aussi, cette rencontre sera ouverte aux professionnels et aux chercheurs en marketing et sera l'occasion d'échanges, de partages d'expériences et de réflexions en vue de découvrir des problématiques marketing innovantes et originales, pour débattre des nouvelles tendances en la matière.

Un débat sous forme de séance plénière aura lieu le premier jour du colloque, avec l'ouverture. Il portera sur « LE MARKETING DIGITAL ET LA STRATÉGIE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE ». Ce débat regroupera des professionnels, des chercheurs ainsi que les participants au Colloque de l'ATM, pour débattre de la question de la digitalisation du marketing.

Thèmes des communications

Le colloque sera l'occasion pour les chercheurs de présenter des papiers qui pourraient couvrir les domaines de recherche suivants :

- ✓ **Le marketing, Internet et réseaux sociaux**
- ✓ **Le webmarketing**
- ✓ **Le Marketing Digital et le Big Data**
- ✓ **Le Marketing Digital et l'intelligence artificielle**
- ✓ **L'Inbound Marketing**
- ✓ **Le marketing mobile**
- ✓ **Le marketing de contenu**
- ✓ **Le marketing social**
- ✓ **Le Marketing Touristique**
- ✓ **Le Marketing Islamique**
- ✓ **Les Produits et Services HALAL**
- ✓ **La stratégie marketing**
- ✓ **Le mix marketing**
- ✓ **Le comportement du consommateur,**
- ✗ **Les stratégies publicitaires,**
- ✓ **La RSE**
- ✓ **Le CRM**
- ✓ **Les communautés de marques,**
- ✓ **Confiance et crise alimentaire,**
- ✓ **Les nouvelles stratégies de marques,**
- ✓ **Les nouvelles stratégies de distribution,**
- ✓ **Les stratégies à l'international,**
- ✓ **L'éthique et le marketing durable...**

Les contributions relatives à d'autres thèmes en relation avec le marketing peuvent être proposées et seront les bienvenues pour enrichir la matière et animer le débat.

Types de communication à proposer

Le congrès de l'ATM est dédié à la présentation et à la discussion des travaux de recherches finalisés (Communications) sous forme de ;

- ✓ Recherche spécifique avec une application empirique,
- ✓ Synthèse de la littérature relative à un thème précis,
- ✓ Réflexion méthodologique ou pédagogique.

Evaluation des communications

Les manuscrits soumis feront l'objet d'un processus d'évaluation anonyme par deux relecteurs.

Les communications acceptées seront regroupées en thèmes homogènes et présentées lors de sessions animées par des présidents de séances.

Format des communications

Les communications soumises doivent être présentées sous la forme suivante :

- ✓ La rédaction peut se faire en français, anglais ou en arabe
- ✓ La première page de garde comprend le titre, le nom du ou des auteurs, leurs fonctions, coordonnées et adresses mails. Cette page sera détachée afin de rendre l'évaluation anonyme
- ✓ La deuxième page comportera le titre, un résumé qui ne dépasse pas 50 mots (en interligne simple) et cinq mots clés. Le titre, le résumé et les mots clés doivent être écrits en français et en anglais.
- ✓ Le fichier doit être obligatoirement sous le format Word.
- ✓ La police de caractères est en Times New Roman, taille 12.
- ✓ Des marges de 2,5 cm des quatre côtes.
- ✓ L'interligne est de 1,5.
- ✓ Pas d'entête ni pied de page.
- ✓ La pagination est en bas à droite.
- ✓ Le texte de la communication comprend au maximum 15 pages (sans compter la bibliographie et les annexes)
- ✓ Les tableaux et figures (numérotés) sont insérés dans le texte à l'endroit approprié.
- ✓ Il faut insérer à la fin du texte la bibliographie et les annexes.
- ✓ La bibliographie doit être présentée comme suit :
 - Articles de revues : Nom de l'auteur suivi de l'initiale du prénom (année), Titre complet de l'article, *titre de la revue en italique*, volume, numéro, numéro des pages.
 - Ouvrages : Nom de l'auteur suivi de l'initiale du prénom (année), *Titre complet de l'ouvrage en italique*, lieu de publication, nom de l'éditeur.

- Actes de colloques et de colloque : Nom de l'auteur suivi de l'initiale du prénom (année), Titre de la communication, *l'intitulé du colloque en italique*, volume, lieu du colloque, numéro des pages.
- Documents non publiés : (nature du document : thèse, cahier de recherche, rapport...) : Nom de l'auteur suivi de l'initiale du prénom (année), Titre complet du document, Nature du document, nom de l'université ou de l'école, lieu de référence.

Prix de la meilleure communication

Le comité scientifique décernera le prix de la meilleure communication sur la base de l'originalité de la problématique traitée et de la rigueur du design de la recherche menée.

Un prix pour la meilleure communication se rapportant au thème spécifique de la 17^{ème} édition du colloque sera éventuellement décerné. Ce prix sera tributaire des soumissions au thème spécifique au colloque et de la décision du comité scientifique.

Atelier Doctoral

Des sessions seront consacrées à la présentation des travaux de thèses à un stade intermédiaire d'avancement. Les doctorants pourront ainsi bénéficier des commentaires et suggestions des professeurs et des chercheurs participants.

Les doctorants qui désirent présenter leur avancement en thèse doivent envoyer un résumé de 10 pages maximum au comité d'organisation du colloque, dans les mêmes délais de soumissions des communications.

Délais à respecter

Ouverture des soumissions des communications	19 NOVEMBRE 2018
Date limite d'envoi des communications	31 JANVIER 2019
Notification des décisions aux auteurs	20 FEVRIER 2019
Début des inscriptions	28 FEVRIER 2019
Date limite de retour des communications corrigées	01 MARS 2019
Dates du colloque	05-06 AVRIL 2019

Pour toutes les correspondances avec le comité d'organisation du 15ème colloque (les résumés, les communications, etc.), veuillez-vous adresser à :

	rm.khemakhem@gmail.com romdhane_khemakhem@outlook.com imentrigui@yahoo.fr
	http://atm-colloque.com/soumettre www.atm-marketing.com/SignUp
	https://web.facebook.com/groups/AssociationTunisienneDeMarketing/?fref=ts. https://web.facebook.com/events/187238438349261/

Comité scientifique

Pr. Néji BOUSLAMA
Président de l'Association Tunisienne de Marketing
Pr. Romdhane KHEMAKHEM
Pr. Imene TRABELSI TRIGUI
Présidents du Comité d'évaluation

Pr. Akrouit Fathi FSEG Sfax
Pr. Amine AbdelMajid IAE Paris 12
Pr. Ayoub Nefzi ESC Tunis
Pr. Bahia Kamilia FSEG Tunis
Pr. Bakini Driss Fatma ISG Tunis
Pr. BejiBecheur Amina IRG Paris-Est
Pr. Ben DahmenNorchèneIHEC Tunis
Pr. Ben Rached-Said Kaouther FSEG Tunis
Pr. Bergadaa Michelle HEC Genève
Pr. Besson Madeleine IRG Paris-Est
Pr. Boudali Methamem Rim ESSEC Tunis
Pr. Boumaiza Salah FSEG Nabeul
Pr. Bouzaabia Rim IHEC Sousse
Pr. Bozzo Cécile IAE AIX
Pr. BréeJoël ESC Rouen
Pr. Cegarra Jean Jacques IAE Lyon
Pr. Chandon Jean Louis IAE Aix-en-Provence
Pr. Cliquet Gérard IGR-IAE de Rennes
Pr. Colla Enrico Novancia Business School
Pr. Cova Véronique IAE Aix-en-Provence
Pr. D'Astous Alain HEC Montréal
Pr. Daghfous Naoufel UQAM Canada
Pr. Debabi Mohsen ESC Tunis
Pr. Dekhil Fawzi FSEG Tunis
Pr. El Fidha Chokri ESSEC Tunis
Pr. ElAoud Hadj Taieb Nibrass IHEC Sfax
Pr. Gabriel Patrick IAE, Bretagne Occidentale
Pr. Gallouj CamalParis 13
Pr. Gharbi Abderrazek FSEG Tunis
Pr. Gharbi Jameleddine FSJEG Jendouba
Pr. Giraud Magali IAE Toulouse
Pr. JallaisJoël IGR Rennes
Pr. Kaara Adel ISG Tunis
Pr. Kammoun Mohamed FSEG Sfax
Pr. Kessous Aurélie IAE Aix Marseille
Pr. KhemakhemAzzaESC Tunis
Pr. Le Gall-Ely Marine IREA, Bretagne de Sud
Pr. Leroux Erik Université Paris 13
Pr. Mathieu Jean pierre Audencia Nantes
Pr. Moscarola Jean IREGÉ, Annecy
Pr. Mzali Hassen IHEC Tunis
Pr. MzoughiNabil IHEC Sousse
Pr. Najjar Fawzi ISG Tunis
Pr. Nicholson Patrick Skema Business School
Pr. Obadia Claude ESCE Paris

Pr. Petr Christine IEP, Rennes 1
Pr. Reguieg Issaad Driss Université d'Oran
Pr. Renault- Bourgeon Dominique LEG. Bourgogne
Pr. Robert-Demontrond Philippe IGR-IAE de Rennes
Pr. Skandrani Hamida ISCAE Tunis
Pr. Touzani Mourad ESC Rouen
Pr. Triki Abdelfattah ISG Tunis
Pr. Urien Bertrand IAE- Bretagne Occidentale
Pr. Zaiem Imed FSEG Nabeul
Pr. Zghal Mustapha FSEG Tunis
Pr. Zine-Denguir Samira IHEC Tunis
Pr. Nedra BAHRI, IHEC Carthage
Pr. Amel HAMROUNI DAKOUMI, ISG Sousse
Pr. Fatma SMAOUI, ISG Tunis
Pr. Azza TMESSEK, IHEC Carthage
Pr. Moez BELLADJ, ISAAS Sfax

