
	<p style="text-align: center;"> Université Abdelmalek Essaâdi Ecole Nationale de Commerce et de Gestion Adresse : B.P.1255 Tanger Principal- Maroc. Tel :05 39 31 34 87/ 88/ 89 Fax: 05 39 31-34-93 Site web : www.encgt.ma </p>	
---	---	---

LE DEPARTEMENT COMMERCE
ET
L'EQUIPE DE RECHERCHE EN MARKETING ET
COMMERCE INTERNATIONAL
DE L'ENCG DE TANGER
ORGANISENT

LA 3^{ème} JOURNEE DE RECHERCHE EN MARKETING

SOUS LE THEME
LE MARKETING ENTRE EVOLUTION ET
REVOLUTION

Le vendredi 24 février 2017

Depuis l'arrivée du marketing comme nouveau mode de gestion, la recherche et les pratiques qui s'y rattachent n'ont jamais cessé d'évoluer. Certaines de ces évolutions ont remis en cause radicalement les anciennes approches, à tel point que beaucoup de théoriciens et praticiens préfèrent parler d'une révolution.

À partir des années quatre-vingts, nous avons assisté à l'éclosion de la discipline marketing fruit d'une lente évolution de la pratique des affaires et des réflexions académiques ainsi que l'utilisation massive des systèmes d'intelligence marketing. Deux approches se sont faites jours : relationnelle et expérientielle.

L'approche relationnelle a pour ambition la formation des relations profondes et durable avec les clients rentables. Elle représente alors une des formes particulières de la stratégie défensive dont l'objectif est généralement la fidélisation des clients.

L'approche expérientielle germée par les chercheurs en comportement de consommateur et adopté par l'association of Consumer Research s'est montrée comme alternative fertile et comme une panacée. La démarche expérientielle permet de gagner des parts de marché, fidéliser ou réduire le taux d'attrition des clients et constitue un levier de différenciation. Ceci passe naturellement par une théâtralisation et une mise en scène des points de vente.

L'objectif de la troisième journée de recherche de l'Equipe de Recherche en Marketing et Commerce International (ERMCI) se veut un espace d'échange fructueux entre chercheurs, consultants et professionnels en vue de recenser les schémas théoriques et les conduites pratiques qui marquent le marketing.

Le marketing étant ouvert sur plusieurs champs disciplinaires comme la sociologie, la psychologie, l'économie, etc., la 3^{ème} journée de recherche en marketing recevra des thèmes de recherche certes centrés sur le marketing, mais elle sera aussi ouverte à d'autres qui lui sont associés.

AXES DE RECHERCHE

1. Marketing, Expérience et bien-être
 2. Marketing et Innovation
 3. Marketing et Tourisme
 4. Marketing et Logistique
 5. Marketing digital et stratégie de distribution multicanale.
 6. Marketing et Qualité
 7. Marketing, Ressources Humaines et RSE
 8. Marketing et Système d'information
 9. Marketing et CRM
 10. Marketing et Territoire
- Etc.

ATELIERS EN METHODOLOGIE ET ANALYSE DES DONNEES

Trois ateliers de formation seront organisés :

1. Méthodologie qualitative en Marketing, animée par Olivier Badot, Doyen de la Recherche à l'ESCP de Paris.
2. Méthodologie quantitative en Marketing, animée par Joel Brée, ex-président de l'AFM et professeur des universités à l'IAE de Caen Normandie et à l'ESSCA.
3. Analyse multi variée des données (Equations structurelles, PLS, processus médiateurs, processus modérateurs, ...), animée par Nouredine BELHSEN, enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger.

INSTRUCTIONS AUX AUTEURS

Les communications soumises doivent être présentées sous la forme suivante:

- Format Word, Police de caractères : Times New Roman, taille 12
- Marges de 2,5 cm des quatre côtes, Interligne 1,5
- Le texte de la communication comprend au maximum 15 pages (sans compter la bibliographie et les annexes)
- La 1^{ère} page de garde comprend : le titre, le nom de ou des auteurs, leurs fonctions, coordonnées et adresses mails. Cette page sera détachée afin de rendre l'évaluation anonyme.

- La 2^{ème} page de garde comportera: le titre, un résumé en 50 mots au maximum et 5 mots clés, interligne simple. Titre, résumé et mots clés en français et en anglais.

COMITE D'ORGANISATION

La journée de recherche sera organisée par les membres de l'équipe de recherche "Marketing et Commerce International" :

AAjly Abdellah, Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

ABAKOUY Mostafa: Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

AMINE Abderrahmane : Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

AMINE Nouredine : Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger:

BELHSEN Nouredine : Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

Benahmed Nora, Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

BENBBA Brahim : Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

HOUSNI Hamid : Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

MARSO Saida : Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

Tahrouch Mohamed, Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

COMITE SCIENTIFIQUE

AAjly Abdellah, Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

ABAKOUY Mostafa - ENCG de Tanger

ABDOUH Mohamed - FSJES de Meknès

AMEZIANE Houdaifa : Président de l'UAE

AMINE Abderrahmane- ENCG de Tanger

AMINE Nouredine - ENCG de Tanger

BADOT Olivier - ESCP de Paris

BELHSEN Nouredine - ENCG de Tanger

Benahmed Nora, Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

BENBBA Brahim - ENCG de Tanger

BOUAYAD Abdelrhani - FSJES de Meknès

CHAKOR Abdellatif - FSJES de Rabat

CINDY Lombart - AUDENCIA, Nantes

EZZNATI Mohammed : Directeur de l'ENCG de Tanger

HMIOUI Aziz - ENCG de Fès

HOUSNI Hamid - ENCG de Tanger

HOUSSAINI Abdellah - FSJES de Kenitra

JAZI Salima - ENCG de Settat

JOEL Brée - IAE de Caen Normandie

LBAKKAL ABRAHAL- ISIT de Tanger

MARSO Saida - ENCG de Tanger

RAFIKI Abdeljabbar - FSJES de Meknès

Tahrouch Mohamed, Enseignant-chercheur à l'ENCG de Tanger

ZIAD Malas - Capitole Toulouse

DATES IMPORTANTES

- 12 février 2017 : Date limite de soumission des communications (texte intégral)
- 17 février 2017 : Notification aux auteurs
- 20 février 2017 : Date limite de réception des papiers définitifs
- 24 février 2017 : Tenue de la journée.

La version finale et complète de la communication doit être envoyée pour le 20 Février 2017 par e-mail au recherche.market@gmail.com

Les frais de participation sont fixés à 300 dhs.