

**République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique**

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



Entreprendre et Innover



Laboratoire Management Performance Innovation

Première Edition du Colloque National :

EHEC MARKETING CONFERENCE

24 et 25 Avril 2019 – EHEC

Pôle Universitaire de Koléa

Appel à communications

Avec le soutien du laboratoire Management Performance Innovation (MPI), du comité de formation doctorale des Sciences Commerciales, l'École des Hautes Etudes Commerciales organise la Première édition du colloque national sur les nouvelles tendances de recherche en Marketing. L'objectif de cette première rencontre est de rassembler la communauté des chercheurs autour de la problématique de l'évolution de la recherche marketing ainsi que les défis engendrés par la numérisation des échanges sur les pratiques marketing des entreprises et institutions algériennes.

Les communications proposées doivent s'inscrire dans les axes de recherche en rapport avec la spécialisation de la formation doctorale « Sciences Commerciales » et des programmes de recherche et de formation universitaires développés par l'École des Hautes Etudes Commerciales, à savoir : Marketing digital, Marketing territorial et Marketing de l'innovation.

Premier Axe : Marketing Digital

- Les communautés et les réseaux sociaux
- La relation marque- consommateur ;
- Le comportement des communautés de marques virtuelles sur les réseaux sociaux
- La cocréation dans les communautés de marques
- La contribution des réseaux sociaux dans le développement du mouvement consumériste en Algérie
- L'Engagement client à l'ère du digital
- L'expérience client et le parcours client sur internet
- Le marketing d'influence sur internet
- Le consumer empowerment
- E-réputation des entreprises
- Impact des social Ads sur le comportement des consommateurs

Deuxième Axe : Design et Marketing de l'Innovation

- Le processus d'adoption des innovations digitales par le consommateur.
- E-Brand Design et comportement du consommateur
- Design et e-marketing

Troisième Axe : Marketing Territorial

- L'événementiel et son rôle dans la construction d'image d'un territoire
- Usage du numérique dans la promotion de l'image des territoires
- L'impact des usages du smartphone sur l'expérience touristique
- Gouvernance et marketing au service de l'attractivité des territoires
- Marketing touristique
- Intelligence territoriale et veille.
- Villes intelligentes et durables.
- Participation citoyenne et cocréation au service des territoires
- Marque territoriale

Les propositions de communication peuvent s'intéresser à d'autres thématiques en rapport avec les trois axes proposés. En outre, les travaux présentés peuvent prendre diverses formes : état de l'art, études en cours ou résultats de recherches empiriques. L'importance sera accordée aux contributions originales sur le plan méthodologique ou empirique ainsi que les recherches pluridisciplinaires ou transversales (Informatique, Anthropologie, Sociologie...).

Informations pratiques

Dates **24 et 25 Avril 2019**
Nous contacter marketing.conference@hec.dz

Calendrier

Date limite de soumission des Propositions **06/04/2019**
Réponses aux auteurs 13/04/2019
Date limite pour les présentations PowerPoint 21/04/2019
Date du colloque 24-25 /04/2019

Soumission et consignes rédactionnelles

- Les propositions dans l'une des trois langues (arabe, français, anglais) doivent être soumises sous format Word à l'adresse suivante : marketing.conference@hec.dz
- La page titre devra comprendre : les noms et prénoms des auteurs, leurs fonctions, leurs coordonnées professionnelles, l'intitulé de leur communication et l'axe de recherche.
- Les marges sont de 2,5 cm. Sauter une ligne pour chaque paragraphe.
- Justifier le texte et le rédiger en times news roman, taille 12, avec un interligne simple.
- Les titres principaux doivent apparaître en gras, taille 14. Les titres de niveau 2 doivent être en gras, taille 12. Les tableaux et les figures doivent être numérotés.
- Les références bibliographiques doivent apparaître à la fin de la communication par ordre alphabétique. Ne citer que les sources qui apparaissent clairement dans le corps du texte. Utiliser le format APA.

Valorisation et publication

- Le meilleur papier sera récompensé.
- Les meilleurs papiers seront également publiés dans un ouvrage collectif.

Inscription et Frais de participation

- Pour s'inscrire, veuillez remplir le formulaire d'inscription et de l'envoyer à l'adresse suivante : marketing.conference@hec.dz
- Les frais de participation sont fixés à :
 - 3 000 DA pour les enseignants et professionnels
 - 1 500 DA pour les doctorants
- Ces frais comportent la participation au colloque, le déjeuner du Mercredi 24 Avril et les trois pauses café ainsi qu'une copie du proceeding du colloque.
- Les frais de participation ne couvrent que la participation d'une seule personne.

Présidents du Comité scientifique

1. LAKHLEF Athmane, Président d'honneur, Professeur, Directeur de HEC Alger.
2. DJEMA Hassiba, Présidente d'honneur, Professeure, Directrice du laboratoire MPI, HEC Alger.
3. GHIDOUCE Faouzi, Président du comité scientifique, Professeur, Président du CFD Sciences Commerciales, HEC Alger.
4. SALAOUATCHI Hichem, Co-Président du comité scientifique, Professeur, Directeur adjoint chargé de la formation doctorale et de la recherche scientifique, HEC Alger

Présidente du Comité d'organisation

1. SAIDANI AMAL, Maître de conférences, Chef de département Marketing, HEC Alger.

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



Entreprendre et Innover

FORMULAIRE D'INSCRIPTION

pour le colloque « **EHEC Marketing Conference** »

Colloque national scientifique organisé par l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Mercredi 24 et Jeudi 25 Avril 2019

Veuillez envoyer le formulaire dûment rempli par e-mail avant le 21 Avril 2019 à marketing.conference@hec.dz ou l'imprimer et l'envoyer par fax au 024 38 01 02.

Nom

Prénom

Grade

Institution de rattachement

Titre de la communication

.....

.....

Téléphone

Email