

Tutoriel Utilisateur plateforme de soumission JRPA 2017 Lille

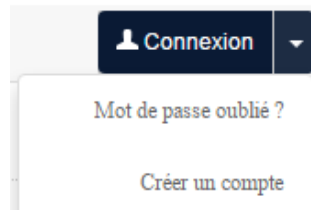
LIEN VERS LA PLATEFORME

Il faut aller sur cette adresse pour accéder à la plateforme : <https://jrpa.sciencesconf.org/>

CREATION D'UN COMPTE

Afin de profiter des fonctionnalités de la plateforme, il est nécessaire de se créer un compte ([si vous n'en avez pas déjà un](#)). Si vous disposez d'un compte, vous devez utiliser vos identifiants déjà existants).

Il est possible de retrouver ses identifiants de connexion à l'aide du lien « *Mot de passe oublié ?* »



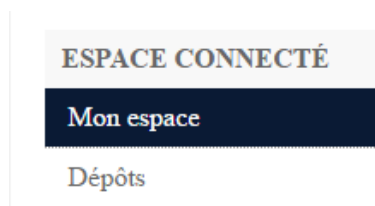
La création d'un compte se déroule en 3 étapes :

- 1/ Renseignement des informations dans la page « *Créer un compte* ».
- 2/ Réception d'une confirmation de création par mail.
- 3/ Activation du compte en cliquant sur le lien présent dans le mail.

SOUSSION D'UN PROJET DE COMMUNICATION

Voici les étapes à suivre pour déposer une soumission :

- 1) Aller dans « **ESPACE CONNECTE** » ---> **Mon Espace** ---> **Dépôts**



2) Dans la partie « Dépôts », « Nouveau Dépôt », cliquer sur « Déposer un résumé »

DÉPÔTS > MES DÉPÔTS

Déposez vos propositions de communications à la conférence.
Pendant la période de dépôt, vous pourrez apporter des corrections à vos dépôts.

Nouveau dépôt

Accédez au module de soumission des abstracts

+ Déposer un résumé

3) Remplir les métadonnées : titre de la communication, résumé de 150 mots, soit en français, soit en anglais, choisir le type de soumission (version courte de 5 pages ou version longue de 15 pages), choisir la thématique principale de la soumission, renseigner les 5 mots clés maximum.

Cliquer sur « Etape suivante » pour continuer.

The screenshot shows a web browser window with several tabs open. The active page is a submission form. At the top, there is a navigation bar with four steps: 1 Metadonnées (highlighted in red), 2 Auteur(s), 3 Fichier(s), and 4 Récapitulatif. Below this, the form is titled '(* : Champs obligatoires)'. The 'Titre *' field contains 'Marques discount en situation de crise'. The 'Résumé *' field contains a paragraph of text: 'Au regard de la situation économique actuelle, les marques discount devraient occuper une place plus importante dans les achats. L'objectif de cette recherche est de tester l'impact des variables du prix sur le choix des marques discount dans deux situations de récession. Les résultats indiquent que plus le prix de vente est élevé, moins les consommateurs choisissent les marques discount en comparaison aux marques nationales. En revanche, le prix de vente augmente le choix des marques discount vis-à-vis des marques de distributeur (MDD) premiers prix. Nous montrons un effet négatif du prix relatif aux marques concurrentes (MDD premiers prix et marque nationale) sur le choix des marques discount. La variation des prix affecte positivement le choix des marques discount. De plus, lorsque la situation macro-économique se détériore, la variation des prix est encore plus favorable aux marques discount.' The word count is 138/150. The 'Type *' dropdown is set to 'Version courte (5 pages)'. The 'Thématique *' dropdown is set to 'Comportement du consommateur'. The browser tabs include 'Google Traduction', 'Nouvel onglet', 'Colloque International E', and 'Afrique - Recherche Goo'.

JRPA 2017 – 30 novembre Lille (France)

Mots Clés *
Indiquer les mots clés, utiliser le caractère ; comme séparateur. Ils pourront être utilisés comme critère de recherche.
Champ vide !

marque, discount, prix de vente, prix relatif, récession.

Etape suivante

4) Remplir les détails concerne le ou les auteurs : Nom, prénom, affiliation

Cette partie permet aussi d'ajouter des co-auteurs : Onglet « Renseigner un auteur (+) »

Cliquer sur « Etape suivante » pour continuer.

NOUVEAU DÉPÔT

1 [Metadonnées](#) 2 **Auteur(s)** 3 [Fichier\(s\)](#) 4 [Récapitulatif](#)

Vous devez renseigner les auteurs du dépôt. Si l'auteur ajouté est connu dans le référentiel de Sciencesconf.org, ses affiliations seront automatiquement récupérées. Au moins un des auteurs doit être intervenant

Auteur(s) [Renseigner un auteur \(+\)](#)

INTERVENANT	AUTEUR(S)	ACTIONS
<input checked="" type="checkbox"/>	Mbaye Fall Diallo (jrpaille@gmail.com) ; Université Lille 2 Droit et Santé [Editer] [Supprimer] ; Ajouter une affiliation...	✎ ✕

Editer

Etape suivante

JRPA 2017 – 30 novembre Lille (France)

5) Ajouter le fichier (word 2003 idéalement) de soumission (qui ne doit comporter aucune information permettant d'identifier le ou les auteurs).

Charger le fichier de soumission (« Choisissez un fichier ») et cliquer sur « Transférer »
Cliquer sur « Etape suivante » pour continuer.

NOUVEAU DÉPÔT

1 [Metadonnées](#) 2 [Auteur\(s\)](#) 3 **Fichier(s)** 4 [Récapitulatif](#)

Données supplémentaires

Vous pouvez ajouter des données supplémentaires à votre soumission. Vous pouvez déposer un fichier directement sur la plateforme, récupérer un document accessible à partir de son URL ou intégrer du code html (ex: vidéo déposée sur une autre plateforme, ...)

Déposer un fichier

Choisissez un fichier Aucun fichier choisi

Récupérer un fichier à partir de son URL

Intégrer du code HTML

FICHIER	TYPE DU FICHIER	DESCRIPTION	ACTIONS
Marques_discount_en_situaf...JPA2017.doc	Présentation ▼	<input type="text"/>	✕

6) Vérifier le récapitulatif et valider le dépôt

NOUVEAU DÉPÔT

1 [Metadonnées](#) 2 [Auteur\(s\)](#) 3 [Fichier\(s\)](#) 4 **Récapitulatif**

Marques discount en situation de crise

[Mbaye Fall Diallo](#) ¹, ^{*}, @

1 : Université Lille 2 Droit et Santé
Université de Lille, Droit et Santé
650 Avenue des nations 59100 Roubaix - France


*** :** Auteur correspondant

Au regard de la situation économique actuelle, les marques discount devraient occuper une place plus importante dans les achats. L'objectif de cette recherche est de tester l'impact des variables du prix sur le choix des marques discount dans deux situations de récession. Les résultats indiquent que plus le prix de vente est élevé, moins les consommateurs choisissent les marques discount en comparaison aux marques nationales. En revanche, le prix de vente augmente le choix des marques discount vis-à-vis des marques de distributeur (MDD) premiers prix. Nous montrons un effet négatif du prix relatif aux marques concurrentes (MDD premiers prix et marque nationale) sur le choix des marques discount. La variation des prix affecte positivement le choix des marques discount. De plus, lorsque la situation macro-économique se détériore, la variation des prix est encore plus favorable aux marques discount.

JRPA 2017 – 30 novembre Lille (France)

Type : : Version courte (5 pages)
Thématiques : : Stratégies de distribution
Mots-Clés : : marque ; discount ; prix de vente ; prix relatif ; récession.

Présentation

 Marques_discount_en_situation_de_crise_ec

Bien cliquer sur « Déposer » pour finaliser la soumission

Votre dépôt doit être visible comme suit dans l'onglet « Mes dépôts » :

Mes dépôts		
Consultez la liste de vos dépôts		
ETAT	TITRE	ACTIONS
Initial	Marques discount en situation de crise Mbaye Fall Diallo <small>sciencesconf.org/jrpa:155923</small>	 

NB: Le dépôt est modifiable jusqu'à l'expiration de la date limite de soumission.

Vous devez recevoir un message de confirmation par e-mail automatiquement.

Si ce n'est pas le cas, pensez à vérifier vos messages spam (courriers indésirables).

Si vous ne recevez rien dans les 48H, pensez à nous contacter pour vérification.

E-mail de contact : jrpaille@gmail.com