جامعة ابن زهر
UNIVERSITÉ IBN ZOHR

Association Marocaine Du Marketing

المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير-أكادير
ÉCOLE NATIONALE DE COMMERCE ET DE GESTION - AGADIR

3ème Congrès
de l'Association Marocaine du Marketing

Marketing : Mutations et Changements

ENCG AGADIR 19 & 20 Avril 2018

www.amm2018.com

La question du changement n'a cessé de revenir dans les différents travaux de recherche, mais aucun n'en mesurait la rapidité, le poids, ni l'impact. En effet, depuis la révolution industrielle, le monde a connu des transformations majeures qui ont permis de reconfigurer les comportements et les besoins. En outre, avec la révolution technologique de l'après seconde guerre mondiale, le niveau de l'évolution de l'humanité a franchi un nouveau cap tant dans la facilité que dans la complexité. Or, cette dernière décennie nous a révélé que le changement est devenu plus que rapide au point que l'homme risque d'en perdre la maîtrise. Ainsi, les mœurs et les attitudes se trouvent bousculés de jour en jour et les comprendre voir les appréhender devient une tâche délicate.

Les chercheurs en marketing se voient, alors, confrontés à de nouveaux paradigmes qui nécessitent le déploiement de nouveaux outils permettant d'accompagner ce changement. Les spécialistes et professionnels du marketing sont, quant à eux, obligés de s'adapter à ces nouvelles donnes pour mieux comprendre des consommateurs vivants plus que jamais dans une réalité virtuelle.

Les nouvelles technologies de l'information impactent énormément le choix des consommateurs. En témoignent le rôle important des réseaux sociaux dans le développement du E-commerce et le poids des influenceurs sur la décision d'achat.

Soucieux d'ajouter sa pierre à l'édifice, le 3ème Congrès de l'Association Marocaine de Marketing, accueille les différents travaux permettant d'illustrer ces nouveaux défis auxquels le marketing doit faire face.

Le congrès se veut transversal, implique toutes les disciplines et couvre tous les sujets traitant de cette thématique. Il se veut aussi un lieu de rencontres et de débats entre experts, professionnels, chercheurs, professeurs, et doctorants.

Le congrès accueillera les propositions de communication des experts, des professionnels, des enseignants-chercheurs et des doctorants. Un atelier doctoral sera organisé au profit des nouveaux inscrits en thèse.

Les langues officielles du colloque sont l'Anglais, l'Arabe et le Français.

PRESIDENCE DU CONGRES

- OMAR HALLI, PRESIDENT DE L'UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- ABDELAZIZ BENDOU, DIRECTEUR DE L'ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- ABDELLATIF CHAKOR, PRESIDENT DE L'ASSOCIATION MAROCAINE DU MARKETING.

RESPONSABLES DE L'ORGANISATION

- SOUAF MALIKA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- CHAKOR ABDELLATIF, FSJES, UNIVERSITE MOHAMED V, RABAT.
- ELWAZANI YOUSSEF, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.

DATES A RETENIR

- **15 décembre 2017**
  Date limite pour la réception des intentions de communication.
- **31 janvier 2018**
  Date limite pour la réception des textes intégraux.
- **15 mars 2018**
  Date limite pour l'envoi des versions définitives des communications.
- **20 mars 2018**
  Date limite pour les inscriptions au congrès.

جامعة محمد الخامس بالرباط
Université Mohammed V de Rabat

REMAREM
REVUE MAROCAINE DE RECHERCHE EN MANAGEMENT ET MARKETING

EMAPES
Equipe de Recherche en Management & Performance des Organisations Publiques, Privées et de l'Economie Sociale
ENCG –AGADIR Université Ibn Zohr

LE SPHINX MENA

كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية - السويسي
Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales - Souissi

Appel à communication

3ème Congrès de l'Association Marocaine du Marketing

ENCG Agadir, 19 et 20 avril 2018

MARKETING : MUTATIONS ET CHANGEMENTS

La question du changement n'a cessé de revenir dans les différents travaux de recherche, mais aucun n'en mesurait la rapidité, le poids, ni l'impact. En effet, depuis la révolution industrielle, le monde a connu des transformations majeures qui ont permis de reconfigurer les comportements et les besoins. En outre, avec la révolution technologique de l'après seconde guerre mondiale, le niveau de l'évolution de l'humanité a franchi un nouveau cap tant dans la facilité que dans la complexité. Or, cette dernière décennie nous a révélé que le changement est devenu plus que rapide au point que l'homme risque d'en perdre la maîtrise. Ainsi, les mœurs et les attitudes se trouvent bousculés de jour en jour et les comprendre voir les appréhender devient une tâche délicate.

Les chercheurs en marketing se voient, alors, confrontés à de nouveaux paradigmes qui nécessitent le déploiement de nouveaux outils permettant d'accompagner ce changement. Les spécialistes et professionnels du marketing sont, quant à eux, obligés de s'adapter à ces nouvelles donnes pour mieux comprendre des consommateurs vivants plus que jamais dans une réalité virtuelle.

Les nouvelles technologies de l'information impactent énormément le choix des consommateurs. En témoignent le rôle important des réseaux sociaux dans le développement du E-commerce et le poids des influenceurs sur la décision d'achat.

Soucieux d'ajouter sa pierre à l'édifice, le 3ème Congrès de l'Association Marocaine du Marketing, accueille les différents travaux permettant d'illustrer ces nouveaux défis auxquels le marketing doit faire face.

Le congrès se veut transversal, implique toutes les disciplines et couvre tous les sujets traitant de cette thématique. Il se veut aussi un lieu de rencontres et de débats entre experts, professionnels, chercheurs, professeurs, et doctorants.

Le congrès accueillera les propositions de communication des experts, des professionnels, des enseignants-chercheurs et des doctorants. Un atelier doctoral sera organisé au profit des nouveaux inscrits en thèse.

Les langues officielles du colloque sont l'Anglais, l'Arabe et le Français.

PRESIDENCE DE L'ORGANISATION

- OMAR HALLI, PRESIDENT DE L'UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- ABDELLATIF CHAKOR, PRESIDENT DE L'ASSOCIATION MAROCAINE DE MARKETING.
- ABDELAZIZ BENDOU DIRECTEUR DE L'ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.

RESPONSABLES DE L'ORGANISATION

- SOUAF MALIKA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- CHAKOR ABDELLATIF, FSJES, UNIVERSITE MOHAMED V, RABAT.
- ELWAZANI YOUSSEF, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.

COMITE D'ORGANISATION

- AKHLAFFOU MOHAMED, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- AMAJID GHIZLANE, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- AZDIMOUSA HASSAN, ENCG, UNIVERSITE IBN TOFAÏL, KENITRA.
- BELFERZA KHADIJA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- BENNANI BOUCHRA, FSJES, UNIVERSITE HASSAN II MOHAMMEDIA, CASABLANCA.
- BOUCHOUAR OTHMANE, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- BOUHADI HANANE, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- EL BAKKOURI BOUCHRA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- GUINTAOUI MOHAMED, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- HNAKA ZINEB, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- LEBZAR BOUCHRA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- M'BARECK FATIMETOU, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- MJIDILA BOUTHAINA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- MOUSSALIM SANAA, ISCAE, GROUPE ISCAE, RABAT.
- OUAHRAOUI FATIMA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.
- SNINI LAILA, ENCG, UNIVERSITE IBN ZOHR, AGADIR.

COMITE SCIENTIFIQUE

- ABAKOUY MUSTAPHA, Université Abdelmalek Essaadi, Tétouan, Maroc.
- ACHABA ALLAL, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- ADRDOUR AHMED, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- AILLI SOUAD, Université Moulay Ismaïl, Meknès, Maroc.
- ALAMI MEROUNI ASMAE, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- ALAOUI LATIFA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- ALCOUFFE CHRISTIANE, Université Des Sciences Sociales, Toulouse.
- ALIOUAT BOUALEM, Université Nice Sophia Antipolis, France.
- AMAMOU BELKASSEM, Université Mohammed I, Oujda, Maroc.
- AMARA EL MOUKHTAR, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- AMINE ABDELMAJID, Université Paris 12, France.
- AOMARI AMINA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- ASSADI DJAMCHID, Groupe ESC Dijon, Bourgogne, France.
- AZDIMOUSA HASSAN, Université Ibn Tofaïl, Kenitra, Maroc.
- AZIZ SAIR, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- AZOUAOUI HASSAN, Université Ibn Tofaïl, Kenitra, Maroc.
- BAAKIL DRISS, UNIVERSITE HASSAN 1ER SETTAT, MAROC
- BACHIRI MUSTAPHA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- BAHOUSSA ABDELAZIZ, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- BELLIHI EL HASSAN, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- BELMAATI HICHAM, Université Abdelmalek Essaadi, Tétouan, Maroc
- BELMOUSS KHADIJA, Université Moulay Ismaïl, Meknès, Maroc
- BENAVENT CHRISTOPHE, Université Paris Ouest, France
- BENDOU ABDELAZIZ, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- BENMOUSSA MOHAMED, Université Cadi Ayyad, Marrakech, Maroc.
- BENNANI BOUCHRA, Université Hassan II, Casablanca, Maroc.
- BENRACHED-SAIED KAOUTHER, Université De Tunis El Manar, Tunisie.
- BENYOUSSEF HATIM, Université Ibn Tofaïl, Kenitra, Maroc.
- BOUAZZA ABDELLATIF, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- CHAKOR ABDELLATIF, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- CHEMLAL MOHAMED, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- CHERIET FOUED, SUPAGRO, Université De Montpellier, France.
- CHIADMI MERYEM, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- DECAUDIN JEAN MARC, Université De Toulouse, France.
- DEKHILI SIHEM, Université De Strasbourg, France.
- DESMET PIERRE, Université Paris- Dauphine, France.
- EL ABBADI BOUCHRA, Université Abdelmalek Essaadi, Tétouan, Maroc.
- EL AIDOUNI ABDELWAFI, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- EL ALAMI DRISS, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- EL GAMIL REHAB AHMED MOHAMED, Université D'Alexandrie, Egypte.
- EL GRAINI AMINA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- EL HASSOUNI SOUMAYA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- EL KANDOUSSI FATIMA, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- EL KORAICHI MUSTAPHA, Université Chouaib Doukkali, El Jadida, Maroc.
- EL MENZHI KAOUTAR, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- EL MOUJADDIDI NOUFISSA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- EL WAZANI YOUSSEF, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- ELLENA CLAUDE, Université De Montpellier, France.
- ELMANSSOURI SOUAD, Université Hassan II, Casablanca, Maroc.
- FRIKHA AZZA, Université De Manouba, Tunisie.

- GHANNAM OUAFFA, Goupe ISCAE, Casablanca.
- GHARBI ABDERRAZAK, Université De Tunis El Manar, Tunisie.
- GHARBI JAMELEDDINE, Université De Jendouba, Tunisie.
- GRAR AHMED, Université Cadi Ayyad, Marrakech, Maroc.
- HAMIDI LALLA SAADIA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- HAMRI MOHAMED HICHAM, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- HASSAINATE MOHAMMED, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- HEMMI MOHAMMED, Université Sidi Mohammed Ben Abdellah, Fès, Maroc.
- HMIOUI AZIZ, Université Sidi Mohammed Ben Abdellah, Fès, Maroc.
- HNAKA ZINEB, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- HOUSSAINI ABDELLAH, Université Ibn Tofaïl, Kenitra, Maroc.
- IBENBBA BRAHIM, Université Abdelmalek Essaadi, Tétouan, Maroc.
- JAHIDI RACHID, Université Hassan Premier, Settat, Maroc.
- JALLAIS JOËL, Université De Rennes 1, France.
- JALLOULI RIM, Université De Manouba, Tunisie.
- JAZI SALIMA, Université Hassan 1ier, Settat, Maroc.
- KARIM KHADDOUJ, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- KHALBOUS SLIM, Université De Carthage, Tunisie.
- KHANFOR ABDELKADER, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- LAKHRIF KAMAL, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- LANKAOUI LATIFA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- LEBZAR BOUCHRA, Université Cadi Ayyad, Marrakech, Maroc.
- LEMOINE JEAN FRANCOIS, Université Panthéon Sorbonne, Paris, France.
- LEMOINE JEAN FRANÇOIS, Université Panthéon Sorbonne, Paris, France.
- LIOUMOURI FARIDA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- LOUITRI ABDENBI, Université Cadi Ayyad, Marrakech, Maroc.
- MAHBOUBI MOHAMED, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- MAKLOUL YOUSSEF, Université Cadi Ayyad, Marrakech, Maroc.
- MARSO SAIDA, Université Abdelmalek Essaadi, Tétouan, Maroc.
- MATHIEU ANNE, Université De Sherbrooke, Canada.
- MSIYAH IMAD, Chercheur en Sciences de Gestion, Rabat, Maroc.
- NADIR BOUCHRA, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- NATHALIE BETOURNE, Université Du Littoral Côte D'opale, France.
- OUAHI LHOUCEINE, Université Cadi Ayyad, Marrakech, Maroc.
- OUAHRAOUI FATIMA, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- PAILLER DANIELLE, Université De Nantes, France.
- PLAISENT MICHEL, Université De Montréal, Canada.
- ROBINOT ELISABETH, Université De Savoie, Mont-Blanc, France.
- RODHAIN FLORENCE, Université De Montpellier, France.
- SADIK YOUSSEF, Université Mohammed V, Rabat, Maroc.
- SADIKI ABDELLATIF, Université Hassan Ii, Casablanca, Maroc.
- SIDMOU MOHAMMED LARBI, Université Cadi Ayyad, Marrakech, Maroc
- SKANDRANI HAMIDA, Université De Manouba, Tunisie.
- SOUAF MALIKA, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc.
- SOUDI NADA, Groupe ISCAE, Casablanca, Maroc.
- TOUZANI MOURAD, Rouen Business School, France.
- TRIKI ABDELFATTAH, Université De Tunis, Tunisie.
- ZAIEM IMAD, Université De Carthage, Tunisie.
- ZIADI JAMAL EDDINE, Université De Tunis, Tunisie.

DATES IMPORTANTES A RETENIR

- **15 décembre 2017** : Date limite pour la réception des intentions de communication.
- **31 Janvier 2018** : Date limite pour la réception des textes intégraux.
- **28 Février 2018** : Réponse aux auteurs et sélection des communications retenues.
- **15 Mars 2018** : Date limite pour l'envoi des versions définitives des communications.
- **20 Mars 2018** : Date limite pour les inscriptions au congrès
- **31 Mars 2018** : Edition du programme.
- **19 et 20 Avril 2018** : **3ème congrès de l'AMM à l'ENCG, Université Ibn Zohr, Agadir.**

PRIX ET DISTINCTION

Lors de ce troisième congrès de l'AMM, trois prix seront décernés :

- Le prix de la société Sphinx : Abonnement au logiciel Sphinx d'une durée de trois ans. Ce prix, d'une valeur de trente mille dirhams, sera consacrée au meilleur texte de communication rédigé selon les normes académiques en vigueur.
- Le prix de l'AMM : Exonération des frais de participation aux trois prochains congrès de l'AMM. Ce prix d'une valeur de trois mille dirhams sera consacré à la meilleure communication orale présentée.
- **Prix de la meilleure thèse en marketing soutenue dans les universités marocaines**. Ce prix d'une valeur de dix Mille dirhams couvrira la période de soutenance allant du **premier janvier 2017 au premier Février 2018**.

Les candidats doivent envoyer une version électronique de leurs thèses **avant le 28 Février 2018** et mettre à la disposition des organisateurs (**le 19 Avril 2018**) un exemplaire en format papier et une copie du diplôme du doctorat ou de l'attestation de soutenance certifiée conforme.

MODALITE DE PARTICIPATION

La version complète de la communication doit être envoyée au plus tard le **31 janvier 2018** par e-mail aux adresses suivantes : **congres@amm2018.com**, **ammcongres@gmail.com**

Les communications devront être envoyées sous forme de fichier électronique (Word pour Windows.doc ou .RTF).

Les candidats au prix de la meilleure thèse doivent envoyer une version électronique de leurs thèses **avant le 28 Février 2018** par e-mail aux adresses suivantes : **congres@amm2018.com**, **ammcongres@gmail.com**

FRAIS D'INSCRIPTION

- ***1500 DH*** (l'équivalent d'environ ***150 €***) pour les professionnels.
- ***1200 DH*** (l'équivalent d'environ ***120 €***) pour les enseignants.
- ***600 DH*** (l'équivalent d'environ ***60 €***) pour les doctorants.

Ces frais couvrent la participation aux activités du congrès, la restauration sur place (déjeuner et pauses café) ainsi que la documentation du congrès.

PUBLICATION

Les textes complets de toutes les communications acceptées et présentées lors du congrès comportant des recherches abouties seront publiés, selon le thème abordé, dans une des revues partenaires du Congrès.

INSTRUCTIONS AUX AUTEURS

• **Intentions de communications** : **avant le 15 décembre 2017**.

Présentées en ***une demi-page***, ces intentions de communications devront contenir :

- **Une identification du participant (nom et prénom, email, adresse, affiliation, etc.)**
- **Le thème**
- **Le Résumé en français et en anglais avec mots clef et keywords.**

• **Les articles complets : avant le 31 janvier 2018**.

- **La première page de garde** doit comporter le titre de l'article, le nom de l'auteur, sa fonction, ses coordonnées complètes (adresse professionnelle et personnelle, téléphone, télécopie, e-mail).
- **La seconde page de garde** comportera le titre et le résumé de l'article. Il doit être ***remis en français et en anglais, y compris le titre.*** Immédiatement après les résumés, indiquer quelques mots-clés ***(en français et en anglais)*** caractérisant le mieux votre article.
- **Le texte proprement dit commencera en page 3.**
  - **Corps du texte :** Times New Roman / caractère 12
  - **Interligne simple**
  - **Marges** 2,5 cm pour chaque côté
  - **En tête et pied de page :** 1,1 cm
  - **Titres :** Arial 12 gras
  - **Notes en bas de page :** Times New Roman / Caractère 10
  - **Les tableaux et figures** sont intégrés dans le texte, numérotés et présentés chacun avec un titre.
  - **Le document** (texte, tableaux, figures, annexes et références bibliographiques incluses), ***fait 20 pages maximum***
- **À la suite de l'article,** on fera successivement apparaître :
  - **Les éventuelles annexes** (méthodologiques ou autres) désignées par A1, A2, A3, etc.
  - **Les références bibliographiques.** Celles-ci suivront les nouvelles normes académiques de la recherche. Dans le texte, les citations de référence apparaîtront entre parenthèses avec le nom et la date de parution, [ex : (KOTLER, 2000)].
- Les références bibliographiques seront présentées en Times New Roman/**caractère 12.**

  [*Exemple :* Gallopel K. (2000), Contributions affective et symbolique de la musique publicitaire : une étude empirique, *Recherche et Applications en Marketing*, 15, 1, 3-19].
- **Les communications feront l'objet d'une évaluation anonyme** par deux lecteurs et la réponse aux auteurs sera donnée avant le **28 Février 2018.** D'éventuelles modifications pourront être demandées aux auteurs. La version définitive et corrigée de l'article devra, dans ce cas, être renvoyée par l'auteur avant le **15 Mars 2018**.