# RENCONTRE D'AUTOMNE DE L'AFM

**Dates : 14, 15 et 16 NOVEMBRE 2018**
**LIEU : Institut d'Administration des Entreprises de Paris**
12 rue Jean-Antoine de Baïf – 75013 Paris -

**Date limite d'inscription : mardi 6 novembre**
**Inscription et renseignements** auprès de Salomé Krzyzaniak : contact@afm-marketing.org

**PROGRAMME SIMPLIFIE DE LA RENCONTRE**

| | |
|---|---|
| **Mercredi 14 Novembre** | |
| Matinée | 8h30 – 9h30 Discussion avec les rédacteurs en chef de Décisions Marketing – E. Le Nagard et G. Michel |
| | 9h30 – 12h30 Regards croisés de professionnels et de chercheurs « *Consommateurs à la marge des marchés : vulnérabilité économique et stratégie marketing* » - E. Delacroix, M. Aoun et N. Cordier |
| Déjeuner | 12h30 – 14h00 : plateaux repas |
| Après-midi | 14h00 – 16h00 Atelier d'approfondissement "Fuzzy set qualitative comparative analysis » – K. Raïes |
| | 16h30 – 18h00 *Atelier pratique SPHINX* – O. Bayarassou |
| Soirée | 19h30 Dîner |
| **Jeudi 15 Novembre** | |
| Matinée | 8h30 – 12h30 Rencontre afm-IREP 2018 « *Entre confiance et défiance, décryptage des perceptions consommateurs* » |
| Déjeuner | 12h30 – 14h00 : plateaux repas |
| Après-midi | 14h00 – 16h00 Atelier Pédagogie *« Pédagogie immersive »* - Lydiane Nabec, Valérie Renaudin, Baptiste Cléret et Alain Goudey |
| **Vendredi 16 Novembre** | |
| Journée | 9h30 – 16h00 (avec pause déjeuner) *« Thèse par essais en marketing, un nouveau standard ? »* - séminaire organisé par L. Bertrandias et G. Laurent |

IAE PARIS | SORBONNE GRADUATE BUSINESS SCHOOL

SITE BIOPARK PLAN D'ACCES

Station Bibliothèque François Mitterrand – sortie n°3 rue Goscinny
Arrêt Avenue de France
Station Bibliothèque François Mitterrand – sortie n°5 rue des Grands Moulins
27 arrêt Oudiné
62, 89 arrêt Porte de France
Stations n° 13050 23 Quai Panhard et Levassor

Latitude : **48.827313** | Longitude : **2.381794**

**Accès :**
A 8 bis, rue de la Croix Jarry
B accès par le jardin public, rue Watt
D 12, rue Jean Antoine de Baïf

**Adresse postale :**
8 bis rue de la Croix Jarry
75644 Paris cedex 13

**Accueil téléphonique :**
A 01 44 08 11 60
B 01 44 08 11 61
D 01 44 08 73 20

www.iae-paris.com

## COMITE d'ORGANISATION

**COORDINATION** : Madeleine Besson, Pr Institut Mines-Télécom Business School (madeleine.besson@imt-bas.eu) et Sondès Zouaghi, Pr IAE de Caen (sondes.zouaghi@unicaen.fr)

- **Regards croisés** : Sondès Zouaghi, Pr IAE de Caen (sondes.zouaghi@unicaen.fr)
- **Atelier d'approfondissement** : Laure Ambroise, Pr Université Lyon2 (Laure.Ambroise@univ-lyon2.fr)
- **Rencontre afm-IREP** : Virginie Pez, MCF Université Paris 2 (virginie.pez@gmail.com)
- **Atelier Pédagogie** : Lydiane Nabec, Pr Université Paris-Sud (lydiane.nabec@u-psud.fr)

**RENSEIGNEMENTS & INSCRIPTION** : Salomé Krzyzaniak, contact@afm-marketing.org

# RENCONTRE D'AUTOMNE DE L'AFM

## Journée du Mercredi 14 Novembre 2018

**Regards croisés entre professionnels et chercheurs**

**« *Consommateurs à la marge des marchés : vulnérabilité économique et stratégie marketing* »**
9h.30 – 12h.30

Organisatrice de la table ronde : Sondès ZOUAGHI *(NIMEC, IAE de Caen)*
Experts :

- Eva DELACROIX *DRM, Université Paris-Dauphine*
- Mouna AOUN *Directrice marketing marchés Mass Market et Spécifiques, Banque Postale*
- Nicolas CORDIER *Social business intrapreneur, Leroy Merlin*
- Franck BILLEAU, *Directeur de Réseau Eco Habitat*.

Les chercheurs et les professionnels s'intéressent de plus en plus aux consommateurs économiquement vulnérables et au social business. Cette table ronde sera l'occasion de porter un regard croisé sur ces consommateurs et leurs pratiques de consommation. Quelles sont les spécificités des consommateurs vulnérables ? Quelles sont les difficultés qu'ils rencontrent sur le marché et comment celui-ci produit-t-il de l'exclusion ? En quoi challengent-ils nos théories et nos pratiques marketing ? Social business, marketing affinitaires, inclusion numérique, co-création, TCR, seront autant de notions qui seront discutées et mises en perspective, tant par les professionnels que par les chercheurs.

**Atelier d'approfondissement**

**"*Fuzzy set* qualitative comparative analysis »**
14h.00 – 16h.00

Organisatrice de l'atelier : Laure AMBROISE (Université Lyon 2)
Experte : Karine RAIES (EM Lyon Business School)

De plus en plus d'articles académiques remettent en question la pertinence de l'utilisation quasi-exclusive des méthodes de régression lors de l'analyse de données quantitatives, notamment en sciences sociales (Ragin, 2000). Des appels à la prise en compte de méthodes complémentaires aux méthodes linéaires se sont multipliés avec notamment le succès, ces dernières années, des approches basées sur les cas (George et Bennett, 2005 ; Cooper et Glaesser, 2011).

Cet atelier a pour objectif d'introduire la méthode Fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis, une méthode de causalité complexe qui attire des disciplines aussi variées que la politique, l'histoire, les sciences sociales ou le management. Cette approche basée sur les cas utilise des outils de l'algèbre booléenne qui permettent d'identifier une liste de combinaisons de conditions qui mènent au résultat. Fs/QCA est une méthode qui s'adapte aussi bien à l'analyse de données qualitatives que de données quantitatives sur la base de données issues d'échantillons de petites ou moyennes tailles (10 à 40 cas) ou de grande taille (plus de 100 cas).

**Atelier SPHINX :**
**Les logiciels Sphinx au service des projets de recherche Quali**
16h.30 – 18h.00

Expert : Oula BAYARASSOU (SPHINX)

Les corpus textuels et les données non structurées prennent de plus en plus de place dans les projets de recherche, compte-tenu de la richesse et de la variété d'information qu'ils contiennent. Se pose alors la question de leur exploitation : lecture systématique de l'intégralité du corpus ? Analyse de contenu sur des échantillons réduits ? Méthodes de classification pour définir des pistes d'exploration ? Ou encore statistique lexicale pour extraire du sens en éliminant le bruit ? La recherche en sciences humaines et sociales s'appuie sur des méthodes d'analyse variées que nous proposons d'illustrer à travers une mise en application dans les logiciels Sphinx et en s'appuyant sur des projets de recherche réalisés par des chercheurs et praticiens des études.

## Journée du Jeudi 15 Novembre 2018

**Rencontres afm-IREP 2018**
**« Entre confiance et défiance, décryptage des perceptions consommateurs »**
8h30 – 12h.30

Organisatrice de l'atelier : Virginie PEZ (Université Paris2)

2018 signe la septième édition des rendez-vous de la recherche afm-IREP initié en 2011 entre l'Association Française du Marketing (afm) et l'Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires (IREP), association interprofessionnelle d'annonceurs, agences, media et instituts d'études.

Pour cette nouvelle édition, trois travaux de recherche publiés dans les revues de l'afm ont été sélectionnés par les membres de l'IREP. Suite à ces présentations académiques, des experts de l'IREP réagiront et discuteront des enjeux et implications pratiques de ces recherches.

Auteurs et titres des recherches :

Ardelet, Caroline, Nathalie Veg-Sala, Alain Goudey, Marie Haikel-Elsabeh (2017). "Entre crainte et désir pour les objets connectés : Comprendre l'ambivalence des consommateurs" (DM, 86 :31-46)

Ayadi, Nawel, Corina Paraschiv et Xavier Rousset (2017). "Tarification dynamique en ligne et éthicalité perçue par le consommateur : synthèse et voies de recherche" (RAM, 32(3), 53-75).

Kilani, Asma, Isabelle Barth et Samira Danguir-Zine (2018). "Le rôle du sentiment d'urgence dans le cadre des ventes flash : une remise en cause nécessaire" (Actes du Congrès AFM)

**Atelier Pédagogie**
**« La pédagogie immersive »**
14h.00 – 16h.00

Ces rencontres d'Automne 2018 de l'afm sont l'occasion de la **naissance d'un nouveau rendez-vous autour de la pédagogie.** Ce nouvel atelier a pour objectif de présenter les pratiques pédagogiques innovantes dans le domaine du marketing, et d'accompagner les collègues dans leur démarche de transformation pédagogique.

L'Atelier Pédagogie, coordonné par Lydiane Nabec, vise à devenir un lieu privilégié d'échanges entre collègues tant des universités que des écoles sur des pratiques pédagogiques nouvelles et innovantes, pour parvenir, dans certaines situations à mettre en place des best practices… ou identifier des travers à éviter.

La table ronde du 15 novembre aura pour thème « La pédagogie immersive » et réunira 3 témoignages. Valérie Renaudin (Université Paris-Dauphine), Alain Goudey (NEOMA Business School) et Baptiste Cléret (IAE de Rouen) présenteront tour à tour les enjeux pédagogiques qu'il(elle) a identifiés dans les formations pilotées, et un (plusieurs) cas de "pédagogie immersive" mis en œuvre.

## Journée du 16 novembre 2018

**« La thèse par essais en marketing, un nouveau standard ? »**

Séminaire organisé par Laurent Bertrandias et Gilles Laurent
9h.00- 16h.00

La thèse par essais tend à se normaliser dans certaines disciplines de gestion, mais ne représente qu'une petite part des thèses en marketing soutenues en France.
Le format de la thèse par essais présente l'intérêt d'installer précocement une culture de la publication chez le doctorant : il doit rédiger une thèse dans la perspective de soumettre à des revues les essais qui la composent, moyennant des ajustements plus ou moins importants.
Dans un environnement académique dans lequel l'exigence de publier se renforce, ne serait-ce qu'au stade du recrutement, ce format peut intéresser les directeurs de recherche. L'objectif de cette journée est de présenter ce format de thèse, de le situer dans un environnement international et d'envisager ses écueils et difficultés.
Le séminaire s'adresse principalement aux directeurs de thèse actuels et futurs. Il pourra aussi concerner des doctorants engagés dans une thèse par essais.

**9h15 -** Introduction de la journée par Gilles N'Goala et Gilles Laurent
**9h30- Construire et soutenir une thèse par essais, présentation d'exemples et compte-rendu de témoignages**
Intervenant : Laurent Bertrandias
**10h - Différences de structure entre une thèse par essais et une thèse classique : comparaison internationale**
Intervenant : Pierre Chandon

**11h00 Diriger une thèse par essai**
Intervenant : Lars Meyer Waarden
**11h45 L'expérience d'une autre discipline et d'autres pays**

- **11H45 : La thèse par essais en Finance**

Intervenant – Joel Petey

- **12H15 : La thèse par essais en Suisse et en Allemagne**

Intervenante – Felicitas Morhart

- **12h45 : Questions / discussion**

*Déjeuner*

**14h30- - L'institutionnalisation de la thèse par essais en France : le point de vue du CNU**
Intervenante : Véronique Des Garets
**15h00 : Les enjeux déontologiques posés par les thèses et leur valorisation par des publications**
Intervenant : Hubert Gatignon
**15h45 : Table ronde avec les intervenants/ Conclusion de la journée**

**INSCRIPTION A LA RENCONTRE D'AUTOMNE**

Date limite d'inscription : **mardi 6 novembre 2018**

Contact : Salomé, email : contact@afm-marketing.org

Tarif d'inscription :

| | | Mercredi 14/11 | Jeudi 15/11 | Vendredi 16/11 | Total 3 jours |
|---|---|---|---|---|---|
| Adhérent de l'afm (académique, doctorant, praticien)[1] | | 45€ | 45€ | 45 € | **135€** |
| Non adhérent | Académique (enseignant-chercheur) ou doctorant | 90€ | 90€ | 90€ | **270€** |
| | Praticien | 120€ | 120€ | 120€ | **360€** |

Ce tarif comprend :

- la participation à la rencontre,
- les pauses–cafés,
- les repas du mercredi midi et/ou du jeudi midi et/ou du vendredi midi (plateaux repas)
- ainsi que le diner du mercredi soir (14/11).

Attention, l'inscription préalable est impérative pour chacun des repas (remplir le bulletin d'inscription ci-après).

[1] L'adhésion doit être valide à la date de l'inscription, soit pour 2016, soit pour 2017 en cas de nouvelle adhésion (bon de commande ou règlement) ; Pour adhérer : https://www.afm-marketing.com/afm-products-all . Pour plus d'informations, consulter le site www.afm-marketing.org et/ou contacter Salomé KRZYZANIAK, email : contact@afm-marketing.org

# BULLETIN d'INSCRIPTION

Bulletin & Règlement à faire parvenir **avant le mardi 6 novembre 2016** (contact@afm-marketing.org)

Vous êtes adhérent à l'association française du marketing (afm) : OUI ☐ NON ☐

| **Vous voulez participer à :** | | **OUI** | **NON** |
|---|---|---|---|
| Mercredi 14 novembre | Atelier d'écriture DM (8H30-9H30) | | |
| | Regards croisés sur les Consommateurs aux marges du marché (9h30-12h30) | | |
| | Lunch (12H30-14h00) | | |
| | Atelier d'approfondissement : "Fuzzy set qualitative comparative analysis » (14h00 – 16h00) | | |
| | Atelier pratique SPHINX (16h30 – 18h00) | | |
| | Dîner au restaurant (mercredi 14 novembre, 19H30) | | |
| Jeudi 15 novembre 2018 | Rencontre afm-IREP (8H30-12H30) | | |
| | Lunch (12H30-14H) | | |
| | Atelier sur la Pédagogie immersive (14h00-16h00) | | |
| Vendredi 16 novembre | Thèse sur articles (9h-13h00) | | |
| | Lunch (13H00-14H30) | | |
| | Thèse sur articles (14h30-16h00) | | |

VOS COORDONNEES

NOM et PRENOM : ……

FONCTION : ……

INSTITUTION :

……

ADRESSE : ……

……

CP : …… VILLE : ……

e-MAIL : …… TEL : ……

CONTACT et ADRESSE de FACTURATION (information obligatoire)

NOM du RESPONSABLE : ……

SERVICE : ……

INSTITUTION : ……

ADRESSE : ……

……

CP : …… VILLE : ……

e-MAIL : …… TEL : ……

Dès réception de votre réponse, une facture correspondant au montant de votre inscription sera adressée par courrier à l'adresse indiquée pour la facturation. L'AFM n'est pas assujettie à la TVA. *Toute annulation après le 10 novembre 2018 ne pourra donner lieu à aucun remboursement.*