

18^{ème} colloque sur le marketing digital
Université Paris I Panthéon-Sorbonne
6 Septembre 2019

APPEL A COMMUNICATION



Avec le soutien de l'Association Française du Marketing (AFM), de l'École Doctorale de Management Panthéon-Sorbonne (EDMPS), de l'ESSCA School of Management et du Pôle de Recherche Interdisciplinaire en Sciences du Management (PRISM Sorbonne), l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne organise le 18^{ème} colloque sur le marketing digital.

Cette manifestation est l'occasion de s'interroger, d'une part, sur les spécificités comportementales de l'utilisateur d'Internet et, d'autre part, sur la manière dont les entreprises s'y adaptent par une offre commerciale et technologique adéquate.

Les papiers proposés peuvent prendre différentes formes : des états de l'art, des recherches en cours, des résultats d'études empiriques. A titre indicatif, et sans qu'il s'agisse d'une liste exhaustive, il est envisageable de traiter les sujets suivants :

- Objets connectés
- *Big Data*
- Intelligence artificielle
- *Blockchain*
- *Privacy*
- Réseaux sociaux
- Facteurs explicatifs du comportement de l'internaute
- Marketing stratégique et Internet
- Acquisition et traitement de l'information sur Internet
- Les nouvelles formes d'intermédiation électronique (agents intelligents, *chatbots*, etc.)
- L'interface homme – machine en commerce électronique
- Etudes de marché et Internet
- Design et marketing digital
- Internet et management du point de vente
- Internet et automatisation de la force de vente

- E-logistique
- Internet et *pricing*
- Marketing mobile
- Communication digitale
- Etc.

Procédure d'évaluation des papiers

Les communications soumises à ce colloque feront **5 pages au maximum**, times 12, interligne simple et marges 2,5 (hors page initiale contenant titres, résumés et mots clés en français et en anglais, coordonnées auteur(s) et hors références bibliographiques et annexes). Les normes de présentation des références bibliographiques sont celles de la revue *Recherche et Applications en Marketing*. Les papiers devront être adressés exclusivement par courrier électronique à Jean-François LEMOINE à l'adresse suivante : jean-francois.lemoine@univ-paris1.fr

Chaque papier fera l'objet d'une évaluation anonyme par 2 lecteurs (comité de lecture).

- Date limite de réception des communications : 9 Juin 2019
- Retour des avis des lecteurs : 8 Juillet 2019
- Date limite de réception de la version finale de l'article : 1^{er} Septembre 2019

Comité de lecture

- Olivier BADOT (Escp Europe – Université de Caen Normandie)
- Christophe BENAVENT (Université de Paris X Nanterre)
- Laurent BERTRANDIAS (Toulouse Business School)
- Marc BIDAN (Université de Nantes)
- Dominique BOURGEON-RENAULT (Université de Bourgogne)
- Joël BREE (Université de Caen Normandie– Essca School of Management)
- Grégory BRESSOLLES (Kedge Business School)
- Anne-Sophie CASES (Université de Montpellier)
- Jean-Louis CHANDON (Inseec)
- Isabelle COLLIN-LACHAUD (Université de Lille)
- Dominique CRIE (Université de Lille)
- Jean-Marc DECAUDIN (Toulouse School of Management – Toulouse Business School)
- Virginie DEBARNIER (Aix Marseille Université)
- Pauline De PECHPEYROU (Université Paris Est Créteil)
- Véronique DESGARETS (Université de Tours)
- Pascale EZAN (Université du Havre)
- Jean-Marc FERRANDI (Université de Nantes)
- Marc FILSER (Université de Bourgogne)
- Nathalie FLECK (Université du Maine)
- Marianela FORNERINO (Grenoble Ecole de Management)
- Christophe FOURNIER (Université de Montpellier)
- Patrick GABRIEL (Université de Bretagne Occidentale)
- Jean-Philippe GALAN (Université de Bordeaux)
- Jean-Luc GIANELLONI (Université de Grenoble Alpes)
- Agnès HELME – GUIZON (Université de Grenoble Alpes)
- Jean-Luc HERRMANN (Université de Lorraine)

- Richard LADWEIN (Université de Lille)
- Caroline LANCELOT-MILTGEN (Audencia Ecole de Management)
- Jean-Fabrice LEBRATY (Université de Lyon)
- Marine Le GALL – ELY (Université de Bretagne Occidentale)
- Jean-François LEMOINE (Université Paris I Panthéon-Sorbonne – Essca School of Management)
- Emmanuelle Le NAGARD (Essec Business School)
- Lars MEYER-WAARDEN (Toulouse School of Management)
- Géraldine MICHEL (IAE de Paris)
- Benjamin MORISSE (Essca School of Management)
- Jean-Louis MOULINS (Aix-Marseille Université)
- Gilles NGOALA (Université de Montpellier)
- Paul Valentin NGOBO (Université Paris Dauphine)
- Jean-François NOTEBAERT (Université de Bourgogne)
- Gilles PACHE (Aix-Marseille Université)
- Jessie PALLUD (EM Strasbourg Business School)
- Ingrid PONCIN (Université Catholique de Louvain - UCL-Mons)
- Ouidade SABRI (IAE de Paris)
- Francis SALERNO (Université de Lille)
- Elisabeth TISSIER-DESBORDES (Escp Europe)
- Jean-François TRINQUECOSTE (Université de Bordeaux)
- Bertrand URIEN (Université de Bretagne Occidentale)
- Eric VERNETTE (Toulouse School of Management)
- Catherine VIOT (Université de Lyon)
- Pierre VOLLE (Université Paris IX Dauphine)
- Björn WALLISER (Université de Lorraine)