

PRATIQUE(S) MARKETING

Workshop organisé le 24 mars 2020 à l'Université Paris-Dauphine

Co-organisateur : Isabelle Collin-Lachaud (LSMRC, Université de Lille), Jean-François Trinquécoste (IAE, Université de Bordeaux) et Pierre Volle (DRM-ERMES, Université Paris-Dauphine, PSL)

Dans la continuité de la session spéciale organisée lors du dernier congrès de l'Association Française du Marketing au Havre en mai 2019 et dans la perspective du Numéro Spécial 2021 de la revue *Décisions Marketing*, un workshop dédié aux pratiques marketing aura lieu le 24 mars 2020 à l'Université Paris Dauphine.

Ce workshop a pour vocation de constituer un espace de rencontre et de discussion entre les chercheurs intéressés par l'étude de la pratique du marketing – comment le marketing se fait. Celle-ci demeure en effet un domaine sous-exploré (Ferrell, 2018 ; Jaworski, 2011) alors que l'étude de l'organisation marketing et des manières concrètes d'exercer le marketing constitue un champ essentiel pour la recherche (et l'enseignement) en marketing (Moorman et Day, 2016 ; Skålén et Hackley, 2011 ; etc.).

Toutes les thématiques (domaines, responsabilité, rôle, localisation de la fonction marketing, acteurs, compétences, performance managériale et sociétale...), cadres théoriques (marketing-as-practice, sociologie de la traduction...), approches (historique, critique, conceptuelle, empirique...) et méthodologies (analyse des discours, étude de cas, recherche-action...) pour étudier les pratiques marketing sont les bienvenu(e)s.

Si vous avez un doute sur la pertinence de votre sujet, n'hésitez pas à envoyer un mail à isabelle.collin-lachaud@univ-lille.fr, jean-francois.trinquécoste@u-bordeaux.fr et pierre.volle@dauphine.psl.eu.

La journée sera organisée en plusieurs temps pour conjuguer apports théoriques et méthodologiques et travail collaboratif en petits groupes afin de faire avancer les travaux de tous. L'atelier permettra de commencer à identifier une communauté de chercheurs sur ce thème (un projet de GIT au sein de l'afm ayant été déposé) et à certains d'identifier des co-auteurs potentiels.

Participer à ce workshop pourra également constituer une opportunité pour tester et faire avancer une idée de soumission pour le numéro spécial 2021 *Pratique(s) du Marketing* de Décisions Marketing dont les co-rédacteurs en chef invités sont Jean-François Trinquécoste et Pierre Volle.

Les propositions, sous forme de diaporama (15 à 20 diapos), sont à nous envoyer par mail avant le 31 janvier 2020. Les réponses seront communiquées aux auteurs le 20 février 2020.

Les frais d'inscription à la journée sont de 20€ pour les doctorants et de 50€ pour les enseignants-chercheurs en poste (incluant le déjeuner et les pause-cafés).

Dans l'attente de vous accueillir le 24 mars 2020 !

Isabelle, Jean-François et Pierre

Coordonnées des organisateurs

- isabelle.collin-lachaud@univ-lille.fr
- jean-françois.trinquécoste@u-bordeaux.fr
- pierre.volle@dauphine.psl.eu

Références

Ferrell O.C. (2018) Marketing's identity crisis. *AMS Review*, 8(1): 30–38.

Jaworski B.J. (2011) On Managerial Relevance, *Journal of Marketing* 75(4): 211–224.

Moorman C. et Day G.S. (2016) Organizing for Marketing Excellence. *Journal of Marketing*, 80: 6–35.

Skalen P. et Hackley C. (2011) Marketing-as-practice. Introduction to the special issue. *Scandinavian Journal of Management*, 27: 189–195.