



NORMES DE REDACTION

1^{ère} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est

Dijon, 27 mars 2015, Université de Bourgogne

PARTENAIRES :

- **CREGO – EA 7317**- Centre de Recherches en Gestion des Organisations, Université de Bourgogne
- **CEREFIGE – EA 3942** - Centre Européen de Recherche en Economie Financière et Gestion des Entreprises, Université de Lorraine
- **REGARDS – EA 6292** – Laboratoire d’Economie et Gestion de Reims, Université de Reims Champagne Ardenne

Centre de Recherche en Gestion des Organisation (GREGO)
EA 7317 - IAE DIJON

Pôle d’Economie et de Gestion - 2 boulevard Gabriel BP 26611 - F21066 DIJON cedex
<http://crego.u-bourgogne.fr> - <http://iae.u-bourgogne.fr>



Nous nous réjouissons d'avoir le plaisir de vous écouter lors de la première journée de recherche en marketing du Grand Est.

Il est demandé aux auteurs de respecter strictement les normes de présentation. Leur non-respect retarde la publication des actes. Merci de simplifier le travail des éditeurs des actes !

Taille maximale du texte : 20 pages, annexes comprises !

Tout article qui dépassera ce format sera exclu des actes, seul le résumé sera alors inclus dans les actes.

Le texte sera saisi sous Word pour Windows.

Police de caractères : Times New Roman, taille 12

Simple interligne.

Pas d'italiques, ni de caractères gras.

Pas d'en-têtes ni de pieds de pages, pas de commentaires insérés : ils posent de graves problèmes de mise en forme lors du regroupement des documents en raison des différentes versions utilisées. Les textes qui ne pourront pas être traités ne seront pas inclus dans les actes (dans ce cas, seul le résumé sera inclus).

Notes en bas de chaque page. Limiter si possible les notes de bas de page.

Les tableaux et figures éventuels incorporés au texte seront réalisés en tableaux et dessins de Word pour Windows.

Numérotation des parties à deux niveaux au maximum :

1. Section

1.1. Paragraphe

Structure du document :

- Première page : titre, Times New Roman, taille 16
Nom et affiliation des auteurs, adresse (e-mail éventuel)
Résumés en français et en anglais
Pas de logos, ni de références aux journées de recherche ! Merci !

- Deuxième page : début du texte, avec rappel du titre en tête (remerciements éventuels des auteurs pour financements, collaborations, etc., en note de bas de page).

- Références bibliographiques (commençant en haut d'une page)

- Annexes (les limiter au strict minimum)

Figures et tableaux numérotés de 1 à N, incorporés au texte

Annexes numérotés de 1 à L, placés après les références bibliographiques.

Citations des auteurs dans le texte :

Holbrook (1999) précise que...

...comme ce concept a déjà été développé (Belk 1990; Sherry 1998)

Présentation des références bibliographiques (ordre alphabétique des auteurs):

Chapitre d'ouvrage collectif :

Arnould Eric J. et Linda L. Price (1993), "'River Magic': Hedonic Consumption and the Extended Service Encounter", *Journal of Consumer Research*, Vol.20, June, pp.24-45.

Article :

Babin Barry J., William R. Darden et Mitch Griffin (1994), "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value", *Journal of Consumer Research*, Vol.20, March, pp.644-656.

Ouvrage :

Cliquet Gérard (1992), *Management stratégique des points de vente*, Sirey, Paris, 316p.

Actes de colloques :

Cottet Patrice et Francis Vibert (1999), "La valorisation hédonique et/ou utilitaire du shopping dans le magasin d'usines", Actes du 15^{ème} Congrès de l'Association Française du Marketing, Strasbourg, pp.93-116.

Envoi du manuscrit :

Le manuscrit sera envoyé par e-mail en document attaché à l'adresse suivante :
Alice.despres@u-bourgogne.fr

Date limite d'envoi : 2 mars 2015

Les papiers reçus après cette date ne pourront pas figurer dans les actes, ni en version intégrale, ni sous forme de résumé.

Copyright :

Les communications seront accessibles gratuitement sur le site Internet du CREGO, en format PDF. Elles sont également référencées dans Repec.

Les auteurs conservent la propriété des droits attachés à leur communication. Ils peuvent notamment la soumettre librement à des revues scientifiques ou à d'autres congrès académiques.

Présentation orale à la journée de recherche :

La durée totale de chaque présentation est de 25 minutes. Il est demandé aux auteurs de limiter strictement leur présentation à une durée de **15** minutes, ce qui laisse 10 minutes pour la discussion.

Les auteurs disposeront d'un vidéo-projecteur. **Il est demandé aux auteurs de transmettre une semaine à l'avance leur présentation en fichier attaché, format PowerPoint.** Pas de connexion directe de l'ordinateur personnel de l'auteur, pour éviter les pertes de temps qui en résultent.

Renseignements complémentaires :

Marc FILSER, IAE Dijon, ☎ + 33 3 80 39 35 07, E-mail : Marc.Filser@u-bourgogne.fr

Dominique BOURGEON-RENAULT, Université de Bourgogne, ☎ + 33 6 87 82 92 10, E.mail : dominique.renault-bourgeon@orange.fr