Titre de la communication

Mots-clés : mot clé 1 ; mot clé 2 ; mot clé 3 ; mot clé 4 ; mot clé 5.

Résumé : texte *(300 mots maximum, le résumé ne doit pas dépasser la première page)*

***Consignes générales :***

Le dépôt des propositions de communication sera effectué sur le site Internet du congrès :

[https://cifepme2024.sciencesconf.org au plus tard le 14 avril 2024.](https://cifepme2024.sciencesconf.org au plus tard le 10 septembre 2024.)

Les communications soumises par les auteurs seront proposées en format « résumé long » et devront respecter les consignes suivantes :

- 5 pages ou 3000 mots maximum (références, tableaux, schémas et graphiques inclus) ;

- Le résumé peut être rédigé en langue française, anglaise ou espagnole (mais la présentation lors du congrès se fera exclusivement en français) ;

- Format A4 interligne simple et marges de 2,5 cm ;

- Police Times New Roman 12 ;

- Le résumé doit obligatoirement contenir les éléments suivants : problématique et objectifs de la recherche, revue succincte de la littérature, approche/méthodologie, principaux résultats, discussion et principales contributions théoriques et managériales. Dans la mesure du possible, en fonction de la thématique de la recherche, le lien avec la thématique générale du contexte permanent de crises sera explicité ;

- Les auteurs doivent envoyer une version sous format anonyme éliminant toute mention et/ou citation permettant leur identification.

Pour apparaitre dans le programme final du congrès, au moins un(e) auteur(e) d’une communication acceptée devra être dûment inscrit(e) au 1er septembre 2024.

**Tableaux**

* Les tableaux sont insérés dans le texte (via le menu contextuel Word)
* Times New Roman 10 pour l’intérieur du tableau, en gras pour les en-têtes
* Titre aligné à gauche en Times 12, gras
* Pas de bords verticaux
* Texte aligné à gauche
* Données numériques centrées dans le cadre et alignées sur la virgule
* Tableau centré sur la page
* Légende à gauche sous le tableau en Times 10
* Éviter les zones grisées
* Éviter les italiques sauf si nécessaire

**NOTE :** La virgule est utilisée pour séparer les décimales dans les tableaux ainsi que dans le corps du texte.

**Schémas, figures, graphiques**

* Les schémas, figures et graphiques sont insérés dans le texte à l’endroit approprié et sont numérotés en continu
* Titre aligné à gauche en Times 12, gras
* Le contenu doit être dans une taille de police inférieure à celle du texte

**Notes de bas de page**

* Times New Roman 10
* Nombre limité : nous encourageons les auteurs à ne pas multiplier les appels de notes de bas de page afin de faciliter la lecture du texte
* Numérotation continue

**Normes et présentation des références bibliographiques**

Le mode de présentation des références bibliographiques s’inspire des normes de l’American Psychological Association (APA). En cas de doute pour la présentation d’une référence ne faisant l’objet d’aucun exemple ci-dessous, on pourra se référer aux normes édictées par cette association, dont on trouvera des exemples à l’adresse suivante : http://benhur.teluq.uquebec.ca/~ mcouture/apa/. Une référence bibliographique est repérée dans le texte par le ou les noms de l’auteur(s), suivie de l’année.

Les références bibliographiques sont en fin d’article (par ordre alphabétique d’auteurs). Dans le texte, les citations de références apparaîtront entre parenthèses avec le nom et la date de parution, ex : (Laurent, 1990). Si deux références ont le même auteur et la même année de parution, on les différenciera par des lettres, ex : (Laurent, 1990 a, Laurent, 1990 b). Ces lettres apparaîtront aussi dans la bibliographie. Dans le cas d’un nombre de coauteurs supérieur à trois, mais inférieur à six, on mentionnera à la première occurrence les noms de tous les auteurs, puis on n’utilisera pour les occurrences subséquentes que le nom du premier auteur suivi de la mention et al. Dans le cas d’un nombre de coauteurs égal ou supérieur à six, on utilise la mention et al. après le nom du premier auteur dès la première occurrence dans le texte. Exemple : (Dupont et al., 1990).

**Périodiques** : Liste des auteurs (nom en petites majuscules) incluant l’initiale de leur prénom, suivie de l’année de la publication, du titre de l’article, du nom du périodique (sans abréviation) en italique, du numéro du volume en italique, du numéro du périodique dans le volume (entre parenthèses et sans espace après le numéro de volume) et du numéro des pages de début et de fin de l’article.

Exemple :

Sempé, L. (2000). Une échelle de mesure de l’appartenance aux cercles sociaux : analyse factorielle confirmatoire multiniveaux. Recherche et Applications en Marketing, 15 (2), 43-58.

**Ouvrages :** Liste des auteurs (nom en petites majuscules) incluant l’initiale de leur prénom en petites majuscules, suivie de l’année de la publication, du titre de l’ouvrage en italique, du lieu de publication et du nom de la société éditrice.

Exemple :

Desmet, P. et Zollinger, M. (1997). Le prix : de l’analyse conceptuelle aux méthodes de fixation. Paris, Economica.

**Ouvrages collectifs**(« edited » en anglais) **:** Les ouvrages coordonnés ou réalisés sous la direction d’une ou plusieurs personnes (qualifiées d’editors en anglais) doivent être traités de la manière suivante :

Exemple :

Earl, P. E. et Kemp, S. (dir.) (1999). The Elgar companion to consumer research and economic psychology. Cheltenham, Edward Edgar Publishing.

**Chapitres d’ouvrages collectifs :** Liste des auteurs (nom en petites majuscules) incluant l’initiale de leur prénom, suivie de l’année de la publication, du titre du chapitre, de l’initiale du prénom et du nom du ou des coordonnateurs (editor [s] en anglais) précédé (s) de « Dans », du titre du livre en italique, du numéro des pages entre parenthèses, du lieu de la publication et du nom de la maison d’édition.

Exemple :

Maille, V. et Siekershi, E. (2006). Comment gérer les sensations tactiles ? Dans S. Rieunier (dir.), le marketing sensoriel du point de vente (p. 169-203). Paris, France, Dunod.

**Documents non publiés :** Les références à des documents non publiés, des thèses, etc. doivent mentionner la liste des auteurs incluant l’initiale de leur prénom, suivie de l’année de la soutenance ou de la présentation ainsi que du titre. Les mots « rapport », « papier de recherche », « thèse », etc. ne doivent pas être mis en italique. Dans le cas des thèses, ne pas oublier d’inclure le nom de l’Université ou de l’École, ainsi que le lieu de la soutenance ou de la présentation.

Exemples :

Ménard, J.C. (2008). Impacts de certaines pratiques de gestion des ressources humaines sur la capacité d’innovation des PME (thèse de doctorat non publiée). Université du Québec à Trois-Rivières, Canada.

Tourtoulou, A.-S. (1996). Marques nationales, marques de distributeurs et premiers prix : effets de leurs mises en avant sur les ventes et la structure concurrentielle de la catégorie de produits (thèse de doctorat en sciences de gestion, École HEC, Jouy-en-Josas). Récupéré du site de la bibliothèque de l’École <http://www.hec.fr/>content/search?SearchText=bibliotheque basesdedonneesxerfi

Simonson, I. (2007). Will I like a medium **«**pillow **»**? Another look at constructed and inherent preferences. Rapport n° 2007-28, [Vancouver Island University](http://en.wikipedia.org/wiki/Vancouver_Island_University), [Nanaimo](http://en.wikipedia.org/wiki/Nanaimo), [British Columbia](http://en.wikipedia.org/wiki/British_Columbia).

**Actes de colloque ou conférence ayant fait l’objet d’une publication :** Les citations d’actes de colloques sont traitées comme les extraits d’ouvrages. Il faut indiquer dans l’ordre : la liste des auteurs incluant l’initiale de leur prénom, suivie de l’année de la publication, du titre de l’article, de l’initiale du prénom et du nom du ou des coordonnateurs (editor [s] en anglais) précédé de « dans », de l’intitulé du colloque mis en italique, du numéro du volume, du lieu de la publication, du nom de la maison d’édition et du numéro des pages.

Exemple :

Ngobo, P. V. (1998). Les relations non linéaires entre la satisfaction, la fidélité et les réclamations. Dans B. Saporta (dir.), Actes de la Conférence de l’Association française du Marketing (p. 145-170). Bordeaux, France.

**Documents en ligne (pages WWW)**

Les références relatives aux documents en ligne doivent permettre de retrouver non seulement le site hébergeant un document, mais aussi le document lui-même. C’est donc dire qu’il faut indiquer l’adresse URL complète de la page ou du document consulté.

Exemple :

Couture, M. (2013, mise à jour 20 septembre). Une adaptation française des normes bibliographiques de l'APA - Documents en ligne. Récupéré le 6 novembre 2013 du site de l'auteur : <http://www.teluq.ca/~mcouture/apa/>.

# Résumé long

Corps du texte

# Bibliographie

Titre de tableau

Titre de figure