

N° Candidat (ne pas remplir) :

Titre de votre présentation, en Times New Roman,

Taille 14, gras, interligne 1,5, centré

Introduction

La mise en page du document est la suivante : format A4, marges de 2.5cm, texte justifié, **interligne 1.5**, Times New Roman 12 **en Word pour PC**, pas de document pdf. Le format des tableaux, figures et références bibliographiques est indiqué plus loin.

Le texte de la communication proprement dite ne doit pas dépasser **12 pages** (en comptant les tableaux et les figures), hormis la bibliographie et les éventuelles annexes. Les tableaux et les figures doivent donc être insérés dans le texte. Le document complet ne dépassera pas 20 pages.

Pour l'introduction, sauter une ligne avant le titre « Introduction », pas de saut de ligne après.

Faire la même chose pour la conclusion et la bibliographie.

1. Corps du texte, titres de niveau 1

Les titres des paragraphes principaux (niveau 1) sont en Times New Roman 12, gras, interligne 1.5, justifié, aucun retrait, aucun espace avant ni après, sauter une ligne avant le titre.

1.1. Paragraphe de niveau 2

Les titres des paragraphes de niveau 2 sont en Times New Roman 12, gras, interligne 1.5, justifié, aucun retrait, aucun espace avant ni après, sauter une ligne avant le titre du paragraphe, ne pas sauter de ligne après.

Eviter les paragraphes de niveau 3.

1.2. Figures et tableaux

Les figures et tableaux sont insérés dans le texte et numérotés. Les titres des tableaux et figures sont placés sous le tableau ou la figure. Les titres sont en Times New Roman 12, interligne 1.5, gras, centrés.

Sauter une ligne avant le tableau/figure, ne pas sauter de ligne entre le tableau/figure et son titre, sauter une ligne après le tableau/figure.

Centrer le tableau ou la figure dans la page	Mettre les titres de colonne/ligne en gras
Utiliser un interligne simple à l'intérieur du tableau	Utiliser la police Times New Roman 11 à l'intérieur du tableau

Tableau 1. Présentation du texte à l'intérieur d'un tableau

1.3. Références dans le texte

Les noms des auteurs (en minuscules) seront cités, entre parenthèses, dans le corps du texte en précisant la date (Auteur, 2002). Jusqu'à trois auteurs, les noms sont cités dans leur intégralité (Dupont, Durand et Lefèvre, 2002), au-delà de trois auteurs, utiliser *et al.* (Smith *et al.*, 2002).

1.4. Annexes

Les annexes sont écrites dans le même format que le texte principal. Leur nombre doit être limité. Se contenter des seules annexes vraiment indispensables.

Les annexes figurent après la bibliographie, elles sont numérotées. Chaque annexe commence sur une nouvelle page.

1.5. Notes de bas de page

Les notes seront insérées en bas de page, comme dans l'exemple suivant¹.

Bibliographie :

Présenter la bibliographie à la suite du texte, sauter une ligne avant le titre « Bibliographie », aucune après. Présenter les références selon les normes de la revue RAM.

Articles :

Gallopel K. (2000), Contributions affective et symbolique de la musique publicitaire : une étude empirique, *Recherche et Applications en Marketing*, 15, 1, 3-19.

Ouvrages :

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

Extraits d'ouvrage :

Maille V. et Siekershi E. (2006), Comment gérer les sensations tactiles ?, in S. Rieunier (coord.), *Le marketing sensoriel du point de vente*, Paris, Dunod, 169-203.

Communications dans des Actes de conférences :

Ngobo P.V. (1998), Les relations non linéaires entre la satisfaction, la fidélité et les réclamations, in B. Saporta (coord.), *Actes de la Conférence de l'Association Française du Marketing*, IAE Bordeaux, 641-670.

¹ Les notes de bas de page sont en Times New Roman 11, interligne simple, justifié.

Vanden Abeele P. et MacLachlan D. (1994), Process tracing of physiological responses to dynamic commercial stimuli, in C. Allen et D. Roedder-John (coord.), *Advances in Consumer Research*, 21, Provo, UT, Association for Consumer Research, 226-232.

Papiers non publiés:

Tourtoulou A-S. (1996), Marques nationales, marques de distributeurs et premiers prix, Thèse de doctorat en sciences de gestion, HEC, Jouy-en-Josas.

Simonson I. (2007), Will I like a “medium” pillow? Another look at constructed and inherent preferences, papier de recherche n°224, Université de Stanford.

Citations de ses propres travaux :

Il est essentiel que la formulation utilisée préserve **l’anonymat**. Si cela se révèle impossible, utiliser dans le texte ainsi que dans les références bibliographiques la formule : (auteur ou co-auteur, date), par exemple (auteur, 2010). Les références bibliographiques seront complétées une fois la présentation en colloque doctoral acceptée.

Il est très important que les auteurs nettoient les « propriétés » de leur fichier avant soumission de façon à préserver l’anonymat :

- Sous Word 2003 dans le menu Fichier, sélectionner l'option Propriétés. Sélectionner ensuite l'onglet Résumé. Si elles apparaissent vous devez alors faire disparaître toute référence aux noms d'auteurs ou d'institution en les supprimant.
- Sous Word 2007 cliquez sur le bouton Microsoft Office, pointez sur Préparer, puis sur Propriétés et modifiez les champs nécessaires
- Sous word 2010 cliquez sur l'onglet Fichier puis pointez sur Informations afin d'afficher les propriétés du document. Pour modifier des propriétés comme le nom d'auteur ou de l'entreprise, pointer sur la propriété à modifier et supprimer les éléments d'identifications (clic droit ou suppression directe selon la propriété).

Bien penser à cliquer sur appliquer afin que les modifications soient enregistrées.