

Instructions et directeurs aux auteurs en vue de publier dans la Revue RIMMS

Tous les articles proposés à la **Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique (RIMMS)** doivent être originaux. Il n'est pas envisageable de soumettre simultanément le même article à deux revues différentes. Ainsi, la **RIMMS** se propose de publier uniquement des articles qui ont une relation avec les domaines du management et marketing pratiqués dans des organisations privées et/ou publiques : management comptable et financier, gestion fiscale, management public, qualité et certification, responsabilité sociale, prise de décision, compétitivité et développement durable, management bancaire et boursier, management de la force de vente, techniques de vente, étude de marché, gestion de la relation client, création d'entreprise et management de projet, stratégie d'entreprise, planification stratégique, digitalisation, marketing des organisations (marketing bancaire, marketing des assurances, marketing des services, marketing des associations, coopératives et fondations, marketing touristique et hôtelier, marketing social, marketing politique et électoral, marketing international et diplomatique, marketing industriel, marketing pharmaceutique, marketing hospitalier et médicale, marketing territorial, marketing public, marketing vert, marketing viral, etc.). Des articles traitant de thématiques juridiques peuvent être soumis à la **RIMMS**, mais à condition d'avoir une relation avec les sujets précités : droit de la consommation, protection du consommateur, publicité mensongère, publicité comparative, droit des assurances, droit social, droit de l'environnement, droit bancaire, droit du tourisme, etc.

Tous les articles soumis à la **RIMMS** doivent être issus des résultats **d'études empiriques** (sondage d'opinion, étude de satisfaction, étude de cas et étude clinique, étude de bases de données). En effet, la ligne éditoriale de la revue **ne prévoit pas des articles de réflexion théorique**. Ces études peuvent être réalisées dans le contexte marocain, maghrébin, africain ou international.

Les auteurs qui souhaitent soumettre un article à la **RIMMS**, peuvent être des professeurs chercheurs, des doctorants, des experts, des chefs d'entreprises, des directeurs marketing ou des ressources humaines, des contrôleurs de gestion, des auditeurs, des chefs de vente ou des merchandiseurs, etc.

Tous les articles sont soumis à évaluation auprès de trois examinateurs et le comité scientifique et de lecture prend la décision finale d'acceptation, de modification ou de rejet. L'auteur reçoit une lettre motivée et ce, un mois maximum, après la soumission de son article à la RIMMS.

Remarque très importante :

Tous les articles doivent être envoyés et soumis via :

Plateforme de la revue : <http://www.revue-rimms.org/>

Courrier électronique : revue.rimms@gmail.com

Les articles soumis à la RIMMS doivent être présentés de la façon suivante :

La longueur de l'article ne doit pas dépasser 20 pages, tableaux, figures et références compris, sur la base d'une police Calibri 12, avec des marges de 2.5 cm sur chaque côté et une interligne de 1,5. Ces 20 pages comprennent la page de titre et les résumés.

- 1. La page de garde** doit comporter le titre de l'article, le nom de l'auteur, sa fonction et qualité, ses coordonnées complètes (établissement, université, ville, pays, adresse e-mail).

Cette première page doit comporter aussi le résumé de l'article. Il doit être **remis en français et en anglais, y compris le titre**. Immédiatement après les résumés, les auteurs doivent indiquer quelques mots-clés (**en français et en anglais**) caractérisant le mieux l'article soumis. Le résumé doit être clair, précis, bien écrit et donner au lecteur l'envie de lire l'article et une vue d'ensemble sur la recherche.

Toutes ces informations relatives à l'intitulé de l'article, le nom de l'auteur, sa fonction et qualité, ses coordonnées complètes (établissement, université, ville, pays, adresse e-mail), les résumés et mots-clés **ne doivent pas dépasser une seule page**

- 2. Le texte proprement dit doit commencer en page 2.**

- **Corps du texte** : forme Calibri, caractère 12
- **Interligne** 1,5
- **Interligne du résumé et abstract** : simple
- **Marges** 2.5 cm pour chaque côté

- **Entête** : contient l'intitulé de l'article écrit en gras CALIBRI, caractère 12, majuscule, interligne simple, centrée
- **Le titre de l'article doit être repris juste en bas de l'entête et doit être écrit en caractère 14, gras, forme calibri, majuscule, interligne simple, centré**
- **Pied de page** : contient des informations sur la RIMMS (numéro, période, etc.) et doit être écrit en gras, minuscule, forme calibri, caractère 10, interligne simple, justifié
- **LES NOMS, PRENOMS DES AUTEURS ET LES MOTS RESUME ET ABSTRACT** doivent être écrits en gras, majuscule, forme calibri, caractère 12, interligne simple, justifiés
- **LA TRADUCTION DE L'INTITULE EN ANGLAIS** doit être centrée, écrite en gras, majuscule, forme calibri, caractère 12, interligne simple
- **Les termes « MOTS-CLES ET KEY WORDS »** doivent être écrits en gras, majuscule, forme calibri, caractère 12, justifiés
- **Les informations relatives à la qualité de l'auteur, son établissement et université, la ville et le pays** doivent être écrites en minuscule, forme calibri, caractère 12, justifiées, interligne simple
- **Les adresses e-mail des auteurs** doivent être écrites en minuscule, forme calibri, caractère 12, gras, justifiées, interligne simple
- **Le reste du contenu des mots clef, key words, du résumé en français et en anglais** doit être mis dans cadre coloré en gris, écrit en minuscule, forme calibri, caractère 12, interligne simple, justifié
- **Tous les titres et sous-titres (introduction, premier points, deuxième point, etc. conclusion, annexes et références bibliographiques)** doivent être écrits en majuscule, forme calibri, gras, caractère 12, justifiés, interligne simple
- **Les titres, numéros et sources des tableaux, schémas et figures** doivent être écrits en minuscule, forme calibri, gras, caractère 12, centrés, interligne simple
- **Les tableaux, figures et schémas** doivent être insérés dans le texte, numérotés et présentés chacun avec un titre et source
- **L'article complet** (texte, tableaux, figures, annexes et références bibliographiques, etc.) **ne doit pas dépasser 20 pages**

3. À la suite de l'article, on fera successivement apparaître :

- **Les éventuelles annexes** (méthodologiques ou autres) désignées par Annexe 1, Annexe 2, Annexe 3, etc.
- **Les références bibliographiques.** Celles-ci suivront les nouvelles normes académiques de la recherche. **Dans le texte**, les citations de référence apparaîtront entre parenthèses avec le nom et la date de parution, [ex : (KOTLER, 2000)].
- **Aucune note de bas de page ne doit figurer dans le texte**

- Les références bibliographiques doivent être présentées en **forme calibri, caractère 12, minuscule, interligne 1.5, justifiées. Les noms, prénoms des auteurs et date de parution des références doivent être mentionnés en gras, majuscule, forme calibri, caractère 12** [Exemple : **GALLOPEL K. (2000)**, Contributions affective et symbolique de la musique publicitaire : une étude empirique, *Recherche et Applications en Marketing*, 15, 1, pp.3-19].

Remarque importante :

Pour plus de détails sur les directives aux auteurs, veuillez consulter le document Word à fournir et l'article modèle à suivre.