**NOM : Prénom :**

**Université :**

Titre de votre présentation, en Times New Roman,

Taille 14, gras, interligne 1,5, centré

Nom du directeur ou de la directrice de thèse :

Titre

# 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 page de garde, 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 suivant[[1]](#footnote-1).

# Bibliographie :

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

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.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.

1. Les notes de bas de page sont en Times New Roman 11, interligne simple, justifié. [↑](#footnote-ref-1)