

JOURNAL OF MARKETING TRENDS

Appel à contributions

Journal of Marketing Trends – Décembre 2022

Numéro spécial « Marketing digital »

Dans la continuité du 20^{ème} Colloque sur le Marketing Digital organisé par le Professeur Jean-François Lemoine en septembre dernier, le Journal of Marketing Trends a décidé de consacrer son numéro de décembre 2022 à la thématique du marketing digital dont l'importance n'est plus à démontrer tant pour la communauté scientifique que pour celle des managers.

Les papiers proposés peuvent prendre trois formes : (a) des recherches empiriques s'appuyant sur des approches quantitatives, (b) des recherches exploratoires s'appuyant sur des approches qualitatives, (c) des recherches théoriques incluant des revues systématiques, des méta-analyses ou encore des essais critiques. A titre indicatif, et sans qu'il s'agisse d'une liste exhaustive, il est envisageable de traiter les sujets suivants :

- *Objets connectés*
- *Machine Learning*
- *Big Data*
- *Intelligence artificielle*
- *Blockchain*
- *Privacy*
- *Réseaux sociaux*
- *Facteurs explicatifs du comportement de l'internaute*
- *Marketing stratégique et Internet*
- *Acquisition et traitement de l'information sur Internet*
- *Les diverses formes d'intermédiation électronique (agents intelligents, chatbots, assistants vocaux, etc.)*
- *Marketing mobile*
- *Communication digitale*

Les articles doivent être adressés au Rédacteur en Chef invité, le Professeur Jean-François Lemoine, à l'adresse suivante : jean-francois.lemoine@univ-paris1.fr pour le **30 juin 2022** au plus tard.

Conformément au processus d'évaluation des papiers du Journal of Marketing Trends, chaque proposition fera l'objet d'une évaluation en aveugle par deux lecteurs.

Les papiers peuvent être soumis en anglais, en français, en allemand, en italien, en espagnol ou en portugais. Le détail des instructions aux auteurs est disponible sur le site :

<http://www.marketing-trends-congress.com/>, dans la rubrique « Journal JMT ».

JOURNAL OF MARKETING TRENDS

Call for papers

Journal of Marketing Trends – December 2022

Special Issue: « Digital Marketing »

Following the 20th edition of the Digital Marketing Colloquium organized by Pr. Jean-François Lemoine last September, the Journal of Marketing Trends has decided to dedicate its last 2022 issue to Digital Marketing, which is a major trend for marketing academics and practitioners.

The Journal of Marketing Trends welcomes three types of articles: (a) empirical research that reports quantitative data, (b) exploratory research introducing qualitative data, verbatim and groundwork, (c) theoretical research including conceptual articles, state of the art, meta-analyses, and critical essays. Hereunder are some potential subjects that might be addressed for this special issue:

- Internet of Things
- Machine Learning
- Big Data
- Artificial Intelligence
- Blockchain
- Privacy
- Social networks
- Online consumer behaviour theories
- Strategic marketing and Internet
- Information acquisition and treatment on the Internet
- Digital intermediaries (virtual agents, chatbots, vocal assistants, etc.)
- Mobile marketing
- Digital communication

The papers are to be addressed to the invited Editor-in-Chief, Pr. Jean-François Lemoine, at the following address : jean-francois.lemoine@univ-paris1.fr before **June 30, 2022**.

In accordance with Journal of Marketing Trends evaluation process, all submitted papers will go through a double-blind reviewing process.

The articles can be written in English, in French, in German, in Italian, in Spanish or in Portuguese. Submission guidelines are available on the IMTC website: <http://www.marketing-trends-congress.com/>, in the section « Journal JMT ».