

# **Pourquoi et comment publier dans RAM ?**

**7<sup>ème</sup> Colloque Prix & Valeur – 12 juin 2020**



Recherche et Applications en Marketing

# Équipe de rédaction

- **Directeurs de Publication** : Bernard Pras et Bertrand Urien
- **Rédacteur-en-Chef** : David Gotteland
- **Assistance de Rédaction** : Roselyne Lippolis
- **Rédacteurs-en-chef Associés**
  - Gilles Laurent
  - Dominique Roux
  - William Sabadie
  - Henrik Sattler
  - Julien Schmitt
- L'ensemble des **comité scientifique, de lecture, et de lecture ad-hoc**

**RAM**

Recherche et Applications en Marketing

# RAM, c'est :

---

- **Mission éditoriale** : revue accueillant tout type de recherche, pourvu que celle-ci soit de haute tenue scientifique et qu'elle contribue à l'avancement des connaissances en Marketing.
- La **référence** scientifique dans le monde francophone
- Une revue **influyente**
  - Catégorie 2 par CNRS/FNEGE/HCERES
  - Référencée dans ESCI
- Par an, 3 numéros + 1 numéro spécial = **~20 articles**

**RAM**

Recherche et Applications en Marketing

# Pourquoi publier dans RAM ?

---

- Standards de **qualité** élevés depuis la création de la revue
- **Evaluations** de qualité et rapides : < 45 jours
- Possibilité d'être relu en **français** et en **anglais**
- **Large diffusion** :
  - CiteScore 2019 = 1,19 (en 2018 : 0,92 ; en 2017 : 0,62)
  - 2019 : 44 826 téléchargements (21 833 français ; 22 993 anglais)

**RAM**

Recherche et Applications en Marketing

# Rubriques de RAM

RAM attend des soumissions **originales, rigoureuses** et ayant une **contribution** claire dans le champ du Marketing.

- Rubrique « Recherche »
- Rubrique « **Note de recherche** »
  - Contenu : lieu où publier, notamment, des **réplications**
  - Projet de format : **articles courts** (10 pages)
- Rubrique « Synthèse »
- Rubrique « Fenêtre sur »

**RAM**

Recherche et Applications en Marketing

# Le processus d'évaluation

- Double aveugle (3 lecteurs anonymes)
- < **45** jours pour 1 tour d'évaluation
- Critères d'évaluation :
  - **Contribution** (originalité et utilité)
  - **Rigueur** méthodologique (**reproductibilité**)
  - **Implications** théoriques (méthodologiques) **et managériales**
  - **Lisibilité** : qualité de l'argumentation et style de l'écriture
  - **Ethique**
- Sur la **contribution** :
  - Question importante
  - Bonnes données (qualitative ou quantitative)
  - Médiation et modération
  - Mixed methods

# Concrètement, comment écrire ?

Titre, mots-clés, résumé

Introduction

Cadre théorique

Méthodologie

Résultats

Discussion et conclusion

Références

# Concrètement, comment écrire ?

---

## ■ Titre

- Doit attirer l'attention du lecteur
- Doit bien refléter le contenu de l'article
- Ne doit pas utiliser de mots techniques, ni d'abréviations

## ■ Mots-clés

- Doivent permettre de tracer l'article
- Doivent être spécifiques à la recherche
- Ne doivent jamais utiliser d'abréviations (sauf si très connues)

## ■ Résumé

- Doit indiquer l'importance du problème abordé
- Doit mentionner les principales conclusions de la recherche
- Doit, de préférence, être court (voir les consignes de la revue)

# L'introduction (déterminante)

---

## ■ Introduction :

- Quelle est la question abordée, en quoi est-elle importante, et pour qui ?
- Que dit la littérature sur cette question ?
- En quoi est-elle déficiente ?
- Quelle est la méthodologie utilisée dans l'article ?
- Quels sont les principaux résultats de l'article ?
- Quelles sont ses principales contributions (y compris managériales) ?
- Quel est le plan de l'article ?

## ■ Principaux problèmes (récurrents !)

- Pas de justification de l'intérêt de la recherche
- Pas de contributions mises en avant
- Introduction trop énigmatique
- Manque de structure ; peu lisible

# Le cadre théorique

---

## ■ **Cadre théorique / Revue de littérature**

- Définir les concepts utilisés dans l'article
- Discuter les recherches qui abordent la question posée en introduction
- Discuter des limites de ces recherches
- Le cas échéant, permettre de justifier les hypothèses de recherche

## ■ **Principaux problèmes** (récurrents !)

- Définitions floues et hétérogènes des concepts
- Absence de structuration et d'articulation des travaux antérieurs
- Revue décentrée de l'objectif spécifique de la recherche
- Vocabulaire disparate

# La méthodologie

---

## ■ **Méthodologie**

- Reproductibilité
- Critères de sélection de l'échantillon
- Caractéristiques des observations retenues
- Instruments de mesure
- Déroulement du travail empirique
- Méthodologie d'analyse des données
- Considérations éthiques

## ■ **Principaux problèmes** (récurrents !)

- Opacité de la méthode utilisée
- Faiblesse dans la justification du choix de la méthode

# Les résultats

---

## ■ Résultats

- Doivent répondre à la question posée en introduction
- Reporter seulement les résultats les plus importants
- Expliquer simplement les résultats les plus complexes
- Relever les résultats les plus inattendus
- Démontrer ce qui est dit par les données
- Utiliser des schémas de synthèse
- Lier les résultats entre eux

## ■ Principaux problèmes (récurrents !)

- Résultats insuffisamment reliés à la question posée en introduction
- Résultats trop généraux

# La discussion et la conclusion

---

## ■ Discussion

- Doit permettre de juger de la qualité du travail et de la validité des résultats
- Doit permettre de comparer les résultats à ceux de recherches antérieures
- Doit répondre à la question posée en introduction

## ■ Principaux problèmes (récurrents !)

- Absence de structure
- Absence de lien avec la question de recherche et avec les résultats

## ■ Conclusion

- Doit résumer la recherche
- Doit mettre en avant les principales contributions :
  - Théoriques : en quoi les résultats marquent-ils une avancée par rapport aux recherches antérieures
  - Managériales : que changer en pratique
- Doit mentionner les limites et proposer des voies de recherche futures

# Les références

---

## ■ Références

- Ne pas nécessairement citer tout ce qui a été lu
- Eviter l'auto-citation
- Respecter les consignes de forme de la revue

# Le site de RAM est une mine d'or !

---

- <http://ram.sagepub.com>
- Tous les articles RAM sont **archivés**
- Tous les articles RAM sont **téléchargeables gratuitement** pour les abonnés
- **OnlineFirst**

**Inscrivez-vous** pour recevoir les sommaires (TOC) !  
« Alert me to new issues »

**RAM**

Recherche et Applications en Marketing