Titre de la communication en Times New Roman 14 gras

Prénom Nom de l’auteur contact \*

Fonction

Institution en Times New Roman 12, gras

Prénom Nom de l’auteur n°2

Fonction

Institution

\* Adresse professionnelle postale complète, email, téléphone de l’auteur contact, times new roman 12, non gras, interligne double

NB : la 1ère page de garde n’est pas numérotée. Tout est en interligne simple.

Titre de la communication en français, times new roman 12, gras, centré

**Résumé en français de 100 mots au maximum :**

Pour nous aider dans la publication des actes de la conférence, nous vous demandons de bien vouloir présenter votre communication suivant le schéma présenté dans ce document. La méthode la plus efficace est sans doute celle consistant à utiliser ce cadre et à en remplacer le contenu par votre communication.

**Mots-clés :** 5 mots-clé maximum

**Titre de la communication en anglais, times new roman 12, gras, centré**

**Abstract :**

La présentation du résumé est identique en français et en anglais et se fera de la même façon que le texte principal.

**Key-words:** 5 mots-clés maximum

NB : la 2ème page de garde n’est pas numérotée. Tout est en interligne simple.

Titre de la communication, en Times New Roman,

Taille 12, gras, interligne double, centré

# Introduction

La mise en page du document est la suivante : format A4, marges de 2.5cm, texte justifié, **interligne simple**, Times New Roman 12 **en Word pour PC 2003**, pas de document pdf. Le format des tableaux, figures et références bibliographiques est indiqué plus loin.

Le texte de la communication proprement dite ne **dépassera pas 7 pages (**page de garde, bibliographie et annexes non comprises).

**1. Corps du texte, titres de niveau 1**

Les titres des paragraphes principaux (niveau 1) sont en Times New Roman

12, gras, interligne simple, 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 simple, justifié, aucun retrait, aucun espace avant ni après, sauter une ligne avant le titre du paragraphe, ne pas sauter de ligne après.

# 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 simple, 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 double à l’intérieur du tableau | Utiliser la police Times New Roman 12 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 & al. (Smith & al., 2002).

**1.4. Annexes**

Les annexes sont écrites dans le même format que le texte principal.

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 les références selon les normes de la revue RAM.

Exemples:

Articles :

Viswanathan M., Rosa J.A. et Harris J.E. (2005), Decision Making and Coping of Functionally Illiterate Consumersand Some Implications for Marketing Management, *Journal of Marketing*, 69, 1, 15-31.

Ouvrages :

Bresson M. (2010), *Sociologie de la précarité : Domaines et approches*, Armand Colin.

Extraits d’ouvrage :

Gorge H. et Özçaglar- Toulouse N. (2012): Ethnicité: de quoi parlons nous?, in eds. Beji-Bécheur A. and Ozçaglar- Toulouse, *L'ethnicité: fabrique marketing?*, Paris, Management et Société, 23-50.

**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, 1996). Les références bibliographiques seront complétées une fois la communication acceptée.

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