

SIM Conference 2020

XVII CONVEGNO ANNUALE DELLA SOCIETÀ ITALIANA MARKETING

Giovedì 29 e Venerdì 30 ottobre 2020

Il Marketing per una società migliore

**LIUC - Università Cattaneo di Castellanza
Varese**

CALL FOR PAPER

SESSIONI PARALLELE E BEST PAPER

Il Marketing consente alle imprese e alle istituzioni di sviluppare e mantenere un rapporto stretto e costruttivo con i clienti e – più in generale – con tutti gli stakeholder. Pertanto, esso può concretamente migliorare la vita delle persone, contribuire al progresso della società e recare benefici al mondo nella sua globalità. E' pur vero che a volte il Marketing risulta gestito in modo spregiudicato, aggressivo e manipolatorio. Il tema della rilevanza etica e del contributo del Marketing alla società è piuttosto consolidato in letteratura grazie ai reiterati contributi di Wilkie e Moore (1999, 2012) tra gli altri. Di recente, molte riviste hanno affrontato questo tema nei propri editoriali, in articoli e special issue, non ultimo il Journal of Marketing (2018) ha invitato alcuni noti accademici a esprimere le loro riflessioni sul tema "Better Marketing for a Better World" e più di recente anche il Journal of the Academy of Marketing Science (2020) si è posto in questo solco.

La SIM Conference 2020, anche alla luce dei recenti e drammatici cambiamenti nella tecnologia, nella comunicazione e nelle varie forme di integrazione dei sistemi economici e territoriali, intende contribuire al dibattito sulla rilevanza etica e sociale del Marketing con gli interventi programmati per la sessione plenaria e con le discussioni nelle sessioni parallele. I contributi dei relatori invitati e dei partecipanti potranno seguire una o più delle seguenti direttrici:

- La dimensione etica: come si ottengono buoni risultati di mercato rispettando le prescrizioni etiche e morali di una società?
- La dimensione estetica: la bellezza (e quale) può costituire un driver per lo sviluppo di efficaci value proposition?

- La dimensione sociale: è possibile realizzare programmi di marketing attraverso il coinvolgimento degli utenti senza prevaricarne diritti e prerogative?
- La dimensione culturale: si può fare marketing in modo da valorizzare la cultura dei territori, integrando prospettive culturali diverse e salvaguardando le prospettive delle minoranze?
- La dimensione manifatturiera: come contribuisce il marketing a valorizzare le abilità manifatturiere che contraddistinguono da sempre la produzione italiana in un numero crescente di settori?
- La dimensione tecnologica: le piattaforme, i canali sociali, la digitalizzazione, l'interazione in sistemi via via più automatizzati, gli algoritmi, il data mining, l'intelligenza artificiale e il machine learning sono alcuni esempi di evoluzione tecnologica. Questa evoluzione amplia o comprime le possibilità di evoluzione del marketing inteso come professione di stampo manageriale?

La Conference 2020 costituirà anche l'occasione per presentare il "Manifesto del Marketing", ovvero la definizione di marketing della nostra Associazione, realizzata con il contributo dei soci e contenente le principali implicazioni per la ricerca, la didattica, il business e la professione, allo scopo di valorizzare ulteriormente il contributo che il Marketing può apportare alla collettività.

La formula della SIM Conference 2020 introduce importanti novità in merito alle submission e alle opportunità di pubblicazione:

- 1) I partecipanti possono presentare **short e/o full paper**, le cui caratteristiche sono indicate di seguito.
- 2) La rivista **Italian Journal of Marketing**, journal ufficiale della Società Italiana Marketing, pubblicherà uno special issue dedicato alla SIM Conference e **riservato ai full paper** presentati al convegno. Lo Special Issue "non" avrà un tema specifico e accoglierà – previa procedura di revisione – i paper di tutte le sezioni tematiche
- 3) La rivista **Psychology and Marketing** assegnerà fino a tre **Best P&M Paper Award** che riceveranno un attestato e saranno invitati a sottomettere il paper alla rivista stessa, attraverso il regolare meccanismo di review. Gli award e la relativa submission sono riservati ai full paper
- 4) Riconoscimenti:
 - a) **Best Conference Paper Award** al miglior paper presentato al convegno (Full o Short).
 - b) **Best Sustainable Marketing Paper Award** al miglior paper presentato nella sezione tematica **Sustainable Marketing** (Full o Short) che costituisce la sezione attinente al tema del convegno. Se esso è ritenuto anche il migliore della conferenza, questo riconoscimento va al secondo della sezione.
 - c) **Selected paper award** per i migliori paper di ogni sezione tematica (Full o Short) tra i quali scegliere il Best Conference Paper.

Le sessioni tematiche si svolgeranno la mattina di **venerdì 30 ottobre**, secondo una scaletta oraria definita dall'organizzazione. Non saranno inseriti nel programma lavori in cui almeno un autore non sia in regola con la quota associativa al giorno **30 settembre 2020**. Non saranno considerati per l'inclusione negli eventuali proceedings, per gli award o per le opportunità di pubblicazione i paper che non risultano regolarmente presentati nelle rispettive sessioni.

All'atto della presentazione della proposta, gli autori dovranno indicare la Sezione Tematica di riferimento di seguito elencate:

- 1. International Marketing**
- 2. Consumer Behaviour**
- 3. Marketing Communication & Branding**
- 4. B2B Marketing**
- 5. Retailing & Channel Management**
- 6. Tourism, Culture and Arts Marketing**
- 7. Technology & Innovation Marketing**
- 8. Digital Marketing**
- 9. Sustainable Marketing**
- 10. Services Marketing**

Sarà inoltre organizzata una Special Track "**Marketing cases**", che mira ad accogliere studi di casi aziendali. Se i paper saranno scritti e presentati con i manager delle imprese stesse potranno, inoltre, entrare a fare parte della collana casi curata da SIM e SIMA con Pearson editore.

I paper short e full redatti secondo le norme redazionali riportate di seguito, dovranno pervenire alla Segreteria SIM entro e non oltre **lunedì 21 settembre 2020**.

La decisione in merito all'accettazione della proposta verrà comunicata da parte dei Coordinatori delle Sezioni tematiche entro **Venerdì 9 ottobre 2020**.

Journal of the Academy of Marketing Science (2020) Special Issue and Thought Leaders' Conference on Creating Customer, Firm, and Social Value through Cutting-edge Digital Technologies. A cura di Kirk Plangger, Ko de Ruyter, Catherine Tucker, Dhruv Grewal

Journal of Marketing (2018) Special issue: Better marketing for a better world. A cura di Christine Moorman Rajesh Chandy, Gita Johar, John Roberts

Wilkie, WL., E.S. Moore (1999) Marketing's contributions to society. *Journal of Marketing*, 63 (4): 198-218.

Wilkie, WL., E.S. Moore (2012) Expanding our understanding of marketing in society. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (1): 53-73.

SCHEMA-TIPO SHORT PAPER

- Abstract (max 250 parole)
- Keywords: da 4 a 6
- Presentazione della/le tesi che sono oggetto di verifica;
- Breve richiamo ai filoni di ricerca che si sono occupati del tema;
- Indicazione puntuale della metodologia che si intende utilizzare;
- Illustrazione di eventuali riscontri di natura empirica;
- Conclusioni e implicazioni per la ricerca e per il management.

Norme redazionali

Carattere: testo Times New Roman corpo 10; note Times new Roman 9;
Margini: Margine superiore cm 5; inferiore cm 6,2; sinistro cm 4,4; destro cm 4.4.

Interlinea singola

Numero massimo di pagine (comprese figure, tabelle e bibliografia): 5

SCHEMA-TIPO FULL PAPER

- Abstract (max 250 parole)
- Keywords: da 4 a 6
- Presentazione della/le tesi che sono oggetto di verifica; posizionamento e contributo del paper;
- Descrizione precisa e dettagliata dei filoni di ricerca che si sono occupati del tema;
- Indicazione puntuale del disegno della ricerca e della metodologia utilizzata;
- Presentazione e discussione dei risultati;
- Conclusioni e implicazioni per la ricerca e per il management.

Norme redazionali

Carattere: testo Times New Roman corpo 10; note Times new Roman 9;
Margini: Margine superiore cm 5; inferiore cm 6,2; sinistro cm 4,4; destro cm 4.4.

Interlinea singola

Numero massimo di pagine (comprese figure, tabelle e bibliografia): 20