



Bourse Congrès AFM – Recherches Marketing en Afrique (Afrique centrale et de l'ouest)

L'Association Française de Marketing (AFM) attribue une **bourse d'un montant de 1000€** au jeune chercheur provenant d'Afrique (centrale et de l'ouest) dont un projet de communication a été déposé au congrès de l'AFM 2020. Cette bourse comprend la prise en charge de l'inscription au congrès (tarif doctorant), le dîner de gala et une participation aux frais d'hébergement et de transport.

Le but de cette bourse est d'encourager et de soutenir les jeunes chercheurs résidant en Afrique à mener à bien leurs recherches, les aider à participer au congrès de l'AFM et ainsi à rencontrer des membres de la communauté et à échanger avec eux.

Les conditions d'attribution de la bourse sont les suivantes :

- Être doctorant ou un jeune chercheur (maximum deux ans d'exercice en tant qu'enseignant-chercheur après la soutenance de la thèse) (fournir une attestation d'inscription ou une attestation de nomination dans une université africaine).
- Être résident dans un pays de l'Afrique de l'ouest ou centrale.
- Être membre de l'AFM au tarif préférentiel de 75€.
- Avoir soumis un projet de communication pour présentation au prochain congrès de l'AFM (cf. format de la soumission sur le site du congrès de l'AFM : <https://afm2020.sciencesconf.org/>).
- La bourse ne peut être octroyée qu'une seule fois au même chercheur.

A noter :

Merci de soumettre votre projet de communication via le site internet du congrès : <https://afm2020.sciencesconf.org/>

Les fichiers de soumission doivent être absolument nommés comme suit : Titre soumission-BourseAFM2020

Si vous remplissez les conditions d'attribution de la bourse et vous avez déjà soumis votre projet de communication pour le congrès, merci de nous le signaler très rapidement via l'adresse mail : jrpalille@gmail.com

Date limite de soumission : 8 décembre 2019



Les projets seront évalués en double aveugle par le comité scientifique de la Journée de Recherche Marketing sur les Pays d'Afrique (JRMPA). Les critères d'évaluation retenus sont, entre autres, la pertinence de la communication et son potentiel pour une publication éventuelle