

APPEL A COMMUNICATIONS

CONGRES ACSG 2026

UNIKIN/FASEG/DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

DU 12 AU 14 NOVEMBRE 2026

THEME GENERAL : ENSEIGNEMENTS ET RECHERCHES EN SCIENCES DE GESTION

I. L'ENSEIGNEMENT EN SCIENCES DE GESTION

1. Systèmes d'enseignement contemporains

- **Évolution des systèmes éducatifs**
 - Modèles traditionnels vs modèles hybrides et numériques.
 - Politiques publiques et réformes éducatives.
 - Inclusion, accessibilité, équité et culture dans l'enseignement.
- **Structures et organisation**
 - Enseignement présentiel, à distance et hybride.
 - Modularité des cursus et interdisciplinarité.
 - Rôle des établissements, universités, écoles et plateformes.
- **Gouvernance et pilotage**
 - Décision stratégique au niveau institutionnel.
 - Coordination entre acteurs (enseignants, administration, étudiants).
 - Évaluation des systèmes et amélioration continue.

2. Stratégies pédagogiques et didactiques

- **Approches pédagogiques innovantes**
 - Pédagogie active, apprentissage par projet, classe inversée.
 - Apprentissage collaboratif et travail en équipe.
 - Personnalisation des parcours et différenciation pédagogique.
- **Développement des compétences**
 - Acquisition de compétences transversales (soft skills).
 - Intégration des compétences numériques et technologiques.
 - Développement de la pensée critique et de la créativité.
- **Évaluation et feedback**
 - Évaluation formative, sommative et auto-évaluation.
 - Utilisation des données pour un feedback personnalisé.
 - Évaluation des compétences comportementales et managériales.

3. Leviers et outils pour un enseignement efficace

- **Technologies éducatives**
 - Plateformes d'apprentissage en ligne (LMS, MOOC).
 - Outils collaboratifs (forums, wikis, visioconférences).
 - Réalité virtuelle, simulations et serious games.
- **Ressources pédagogiques**
 - Contenus multimédias et interactifs.
 - Bibliothèques numériques et bases de données.
 - Supports adaptés aux différents styles d'apprentissage.

- **Engagement et motivation des apprenants**
 - Techniques de gamification.
 - Stratégies pour favoriser l'autonomie et la responsabilisation.
 - Gestion de la diversité culturelle et cognitive.

4. Prise de décision et pilotage pédagogique

- **Conception des programmes**
 - Alignement entre objectifs d'apprentissage, contenus et évaluations.
 - Intégration des besoins du marché et des parties prenantes.
 - Actualisation continue des contenus.
- **Formation et développement des enseignants**
 - Formation initiale et continue aux nouvelles méthodes et outils.
 - Accompagnement au changement et innovation pédagogique.
 - Évaluation et reconnaissance des pratiques enseignantes.
- **Gestion des ressources**
 - Allocation des moyens matériels et humains.
 - Gestion du temps et des espaces d'apprentissage.
 - Pilotage de la qualité et de la satisfaction des apprenants.

5. Spécificités de l'enseignement du management

- **Contenus et compétences clés**
 - Théories du management, leadership, stratégie et organisation.
 - Compétences en communication, négociation et gestion des conflits.
 - Sensibilisation à l'éthique, la responsabilité sociale et la durabilité.
- **Méthodes pédagogiques adaptées**
 - Études de cas réels et simulations d'entreprise.
 - Apprentissage expérientiel et immersion terrain.
 - Coaching, mentorat et développement personnel.
- **Utilisation des technologies**
 - Simulateurs de gestion et outils d'analyse décisionnelle.
 - Plateformes collaboratives pour projets en équipe.
 - Analyse de données et intelligence artificielle pour la prise de décision.
- **Évaluation en management**
 - Évaluation des compétences analytiques et comportementales.
 - Feedback 360° et auto-évaluation.
 - Projets de groupe et présentations orales.
- **Insertion professionnelle et partenariats**
 - Collaboration avec les entreprises et professionnels.
 - Stages, alternance et apprentissage par l'expérience.
 - Réseaux d'anciens et développement de carrière.

6. Construction du projet professionnel en sciences de gestion

- **Accompagnement à la définition du projet professionnel**
 - Méthodes d'orientation et d'auto-évaluation des compétences.
 - Ateliers de réflexion sur les aspirations, valeurs et motivations.
 - Utilisation d'outils numériques pour la construction du projet (tests, plateformes).
- **Intégration du projet professionnel dans le cursus**
 - Modules dédiés à la gestion de carrière et au développement personnel.
 - Intégration des compétences transversales et spécifiques au métier.

- Travail sur la cohérence entre parcours académique et objectifs professionnels.

- **Rôle des enseignants et conseillers pédagogiques**

- Formation des enseignants à l'accompagnement professionnel.
- Mise en place de tutorats et mentorats individualisés.
- Collaboration avec les services d'orientation et insertion.

7. Enseignement et développement des compétences professionnelles

- **Compétences techniques et méthodologiques**

- Acquisition des savoirs fondamentaux en gestion, finance, marketing, RH, etc.
- Développement des compétences analytiques et décisionnelles.
- Formation à l'utilisation des outils numériques et technologiques.

- **Compétences comportementales et transversales**

- Communication, travail en équipe, leadership.
- Gestion du temps, résolution de problèmes, adaptabilité.
- Éthique professionnelle et responsabilité sociale.

- **Approches pédagogiques favorisant l'employabilité**

- Apprentissage par projet, études de cas réels.
- Simulations, jeux de rôle et mises en situation professionnelle.
- Stages, alternance et immersion en entreprise.

8. Insertion professionnelle des étudiants en sciences de gestion

- **Partenariats avec le monde professionnel**

- Collaboration avec entreprises, associations professionnelles et réseaux d'anciens.
- Organisation de forums, conférences et rencontres métiers.
- Développement de projets collaboratifs avec des acteurs externes.

- **Dispositifs d'accompagnement à l'insertion**

- Ateliers de rédaction de CV, lettres de motivation et préparation aux entretiens.
- Coaching individuel et collectif sur la recherche d'emploi.
- Suivi post-diplôme et évaluation des parcours d'insertion.

- **Mesure et analyse de l'insertion professionnelle**

- Enquêtes de suivi des diplômés.
- Indicateurs de réussite (taux d'emploi, adéquation emploi-formation).
- Retour d'expérience pour l'amélioration des formations.

9. Innovations pédagogiques pour renforcer le lien enseignement-insertion

- **Utilisation des technologies numériques**

- Plateformes d'e-portfolio pour valoriser les compétences.
- Outils de simulation de carrière et d'orientation interactive.
- Réseaux sociaux professionnels et e-mentorat.

- **Approches interdisciplinaires et transversales**

- Intégration des dimensions internationales, interculturelles et entrepreneuriales.
- Développement de projets interdisciplinaires en lien avec des problématiques réelles.
- Promotion de la mobilité étudiante et des expériences à l'étranger.

- **Développement de l'esprit d'initiative et de l'entrepreneuriat**

- Modules sur la création d'entreprise et l'innovation.

- Incubateurs et concours d'idées au sein des établissements.
- Accompagnement à la transformation des projets en opportunités professionnelles.

10. Responsabilité de l'État dans l'insertion professionnelle

- Politiques publiques d'emploi et dispositifs d'accompagnement (points de contact emploi, missions locales).
- Rôle dans la régulation et la promotion de l'emploi dans les secteurs privé, public et non lucratif.
- Soutien aux initiatives d'insertion (subventions, partenariats, programmes d'alternance).
- Coordination entre établissements d'enseignement, entreprises et administrations publiques.
- Promotion de l'égalité et lutte contre les discriminations à l'embauche (handicap, opinion, origine, appartenance)

II. LA RECHERCHE EN SCIENCES DE GESTION

1) Finance : axes de recherche et champs d'application

- **Technologies et finance (IA, blockchain, big data)**
 - Étudier l'automatisation, la prédiction et la personnalisation dans les services financiers.
 - Analyser les infrastructures décentralisées et leurs effets sur l'intermédiation.
 - Évaluer les implications en matière de régulation, risque et éthique.
- **Finance agricole et assurance**
 - Étudier la gestion des risques climatiques et de rendement.
 - Analyser les modèles d'assurance paramétrique et de couverture.
 - Évaluer l'accès au financement et la résilience des exploitations.
- **Évaluation des actifs et primes de risque**
 - Étudier les modèles d'évaluation (CAPM, multifactoriels, approches alternatives).
 - Analyser la formation des primes de risque (liquidité, volatilité, climat).
 - Évaluer les anomalies de marché et la robustesse empirique.
- **Banque, intermédiation et réglementation**
 - Étudier la transformation des modèles bancaires et la concurrence fintech.
 - Analyser les exigences prudentielles et leurs effets sur le crédit et la stabilité.
 - Évaluer les mécanismes de transmission des chocs financiers.
- **Finance comportementale et expérimentale**
 - Étudier les biais cognitifs, émotions et heuristiques dans les décisions financières.
 - Mobiliser l'expérimentation (laboratoire, terrain) pour tester des mécanismes causaux.
 - Analyser les implications pour la protection des investisseurs et la régulation.
- **Changement climatique, risques climatiques et finance**
 - Étudier les risques physiques et de transition dans l'évaluation des actifs.
 - Analyser les stress tests climatiques et la tarification du risque.

- Évaluer les flux de capitaux vers la transition (finance verte).
- **Gouvernance d'entreprise, éthique et épistémologie de la finance**
 - Étudier les mécanismes de gouvernance, incitations et contrôle.
 - Analyser les enjeux éthiques (conflits d'intérêts, responsabilité, justice).
 - Interroger les fondements épistémologiques des modèles et de leurs hypothèses.
- **Marchés financiers, microstructure et efficacité**
 - Étudier la formation des prix, la liquidité et le trading algorithmique.
 - Analyser l'information, l'efficacité et les asymétries informationnelles.
 - Évaluer les effets des règles de marché sur la qualité de la cotation.
- **Gestion des risques, conformité et ingénierie financière**
 - Étudier les méthodes de mesure (VaR, stress tests) et la gestion intégrée des risques.
 - Analyser les produits dérivés et leurs usages (couverture, spéculation).
 - Évaluer les dispositifs de conformité et leurs impacts organisationnels.
- **Finance d'entreprise et opérations (IPO, SEO, M&A, financement participatif)**
 - Étudier les choix de structure financière et de gouvernance.
 - Analyser la performance et les déterminants des opérations de marché.
 - Évaluer les nouveaux canaux de financement (crowdfunding, plateformes).
- **Finance internationale, macrofinance et marchés émergents**
 - Étudier les flux de capitaux, taux de change et contagion.
 - Analyser l'intégration financière et les vulnérabilités systémiques.
 - Évaluer les spécificités institutionnelles et le risque pays.
- **Finance des ménages, immobilier et microfinance**
 - Étudier les décisions d'épargne, d'endettement et d'investissement.
 - Analyser la finance personnelle, l'inclusion financière et la protection des consommateurs.
 - Évaluer les mécanismes de microfinance et leurs impacts socio-économiques.
- **Financement des petites entreprises**
 - Étudier les contraintes de financement (asymétries d'information, garanties).
 - Analyser le rôle des banques, du capital-investissement et des dispositifs publics.
 - Évaluer les effets sur l'innovation, l'emploi et la croissance.

2) Marketing : axes de recherche et champs d'application

- **Transformations sociales et marketing pour façonner l'avenir**
 - Analyser l'impact des mutations sociales (valeurs, normes, modes de vie) sur les stratégies marketing.
 - Interroger le rôle du marketing dans l'orientation des pratiques de consommation et des transitions socio-économiques.
 - Étudier les tensions entre adaptation au changement et capacité de prescription des marques.
- **Nouveaux imaginaires (plus durables, plus technologiques)**
 - Examiner la construction d'imaginaires de consommation associés à la durabilité (sobriété, circularité, réparabilité).
 - Étudier l'influence des technologies (IA, plateformes, objets connectés) sur les représentations et les récits marchands.

- Identifier les effets de ces imaginaires sur l'acceptabilité sociale des innovations.
- **Formation des marketeurs aux compétences de demain**
 - Cartographier les compétences émergentes (data literacy, design, éthique, RSE/ESG, IA, créativité).
 - Concevoir des dispositifs pédagogiques alignés sur les transformations des métiers (projets, cas, learning by doing).
 - Évaluer l'adéquation formation–emploi et les nouvelles formes de professionnalisation.
- **Histoire du marketing**
 - Situer l'émergence du marketing dans ses contextes économiques, culturels et institutionnels.
 - Mettre en perspective l'évolution des concepts (orientation produit, vente, marché, relationnel, expérientiel, digital).
 - Discuter les continuités et ruptures dans les pratiques et les discours.
- **Approches historiques en marketing**
 - Mobiliser des méthodes historiques (archives, presse, iconographie, témoignages) pour analyser marchés et pratiques.
 - Articuler histoire des idées, histoire des organisations et histoire des consommateurs.
 - Développer une lecture critique des « mythes » et récits fondateurs du marketing.
- **Histoires de marque, marques dans l'histoire**
 - Étudier les marques comme acteurs culturels et politiques (symboles, normes, identités).
 - Analyser la circulation des récits de marque dans le temps (héritage, patrimonialisation, réinterprétations).
 - Comprendre le rôle de la mémoire collective dans la valeur de marque.
- **Histoire du marketing, histoire des marketeurs**
 - Retracer la professionnalisation des fonctions marketing (formations, associations, outils, standards).
 - Examiner l'évolution des métiers et des compétences (de la publicité au numérique et à la donnée).
 - Analyser les trajectoires, figures et controverses ayant structuré le champ.
- **Temps et expérience de consommation**
 - Étudier la manière dont le temps structure l'expérience (attente, disponibilité, rythme, durée).
 - Analyser les dispositifs de mise en scène temporelle (lancement, rareté, urgence, édition limitée).
 - Comprendre les effets des temporalités sur la satisfaction, la fidélité et la perception de la qualité.
- **Instantanéité des plateformes numériques et quête d'authenticité**
 - Examiner la tension entre accélération des échanges et recherche d'expériences perçues comme « vraies ».
 - Étudier les mécanismes de preuve et de confiance (avis, UGC, transparence, traçabilité).

- Évaluer l'impact des plateformes sur la construction de la réputation et de la crédibilité.
- **Nostalgie et rétro-marketing comme stratégies de différenciation**
 - Analyser la mobilisation du passé comme ressource narrative et esthétique.
 - Étudier les effets de la nostalgie sur les émotions, l'attachement et l'intention d'achat.
 - Identifier les conditions de pertinence (cohérence historique, génération, contexte socio-culturel).
- **Marketing générationnel**
 - Étudier la segmentation par cohortes et ses limites (effets d'âge, de période, de génération).
 - Analyser les comportements, valeurs et médias privilégiés selon les générations.
 - Interroger les implications éthiques et les risques de stéréotypisation.
- **Slow marketing, temporalités du luxe ou du bien-être**
 - Comprendre les stratégies fondées sur la rareté temporelle, la durée et l'exclusivité.
 - Étudier la valorisation de la lenteur (rituels, savoir-faire, expérience) comme proposition de valeur.
 - Examiner l'articulation entre temporalités lentes et canaux numériques.
- **Temporalités stratégiques des marques et des organisations**
 - Analyser la planification, les cycles d'innovation et les calendriers de communication.
 - Étudier la gouvernance du temps (priorisation, arbitrages, coordination inter-fonctions).
 - Comprendre la cohérence entre temporalités internes (production) et externes (marché).
- **Arbitrages entre performance de court terme et vision de long terme**
 - Évaluer l'effet des KPI et de la pression concurrentielle sur les décisions marketing.
 - Étudier les conditions d'investissement dans la marque, l'innovation et la RSE sur le long terme.
 - Analyser les tensions entre rentabilité immédiate et soutenabilité.
- **Fidélisation, cycle de vie client, temporalités de l'engagement**
 - Modéliser les phases de la relation client (acquisition, activation, rétention, réactivation).
 - Étudier la dynamique de l'engagement (fréquence, intensité, durée) selon les canaux.
 - Identifier les leviers relationnels et expérientiels favorisant la fidélité.
- **Fin de vie des produits : de l'obsolescence programmée à la circularité**
 - Analyser les stratégies industrielles et marketing liées à la durée de vie des produits.
 - Étudier les modèles circulaires (réparation, reconditionnement, seconde main, recyclage).
 - Évaluer les effets sur la confiance, la valeur perçue et la légitimité des marques.

- **Temporalités des marchés du végétal et de l'agroalimentaire**
 - Étudier l'impact de la saisonnalité, des cycles de production et de la maturité des produits.
 - Analyser la gestion de l'offre et de la demande sous contraintes temporelles (stocks, fraîcheur, logistique).
 - Comprendre les effets sur la communication (origine, terroir, calendrier, prix).
- **Rythmes numériques et marketing en temps réel**
 - Analyser les dispositifs de réaction instantanée (social listening, newsjacking, personnalisation).
 - Étudier les conditions organisationnelles de la réactivité (processus, validation, gouvernance).
 - Évaluer les effets sur la qualité des contenus et la cohérence de marque.
- **Accélération des interactions via les réseaux sociaux**
 - Étudier la temporalité des conversations, controverses et crises de réputation.
 - Analyser les formes d'engagement (commentaires, partages, communautés) et leur volatilité.
 - Comprendre les implications pour la gestion de la relation client et la modération.
- **Intelligence artificielle et prédiction des comportements**
 - Examiner les modèles prédictifs (propension à acheter, churn, recommandation, scoring).
 - Étudier les effets sur la personnalisation, l'efficacité et l'expérience utilisateur.
 - Interroger les enjeux d'équité, de transparence et de protection des données.
- **Effets du temps réel sur créativité, réactivité et pression marketing**
 - Analyser l'impact de l'urgence sur les processus créatifs et la qualité décisionnelle.
 - Étudier les risques de sur-sollicitation, de fatigue organisationnelle et de perte de sens.
 - Identifier des pratiques de régulation (cadres, temporalités dédiées, « slow content »).
- **Temporalités culturelles, symboliques et territoriales**
 - Étudier l'influence des calendriers culturels (fêtes, commémorations, saisons touristiques).
 - Analyser la signification symbolique du temps (rituels, héritage, transmission).
 - Comprendre l'articulation entre marque, territoire et identité collective.
- **Temporalités rituelles ou cycliques dans les pratiques touristiques**
 - Étudier les cycles de fréquentation, les événements et les routines de mobilité.
 - Analyser la conception d'expériences touristiques liées à des moments « clés ».
 - Évaluer les impacts sur la durabilité et la gestion des flux.
- **Ancrage territorial et mémoire collective dans les récits de marque**
 - Analyser la territorialisation des marques (origine, savoir-faire, paysages, communautés).
 - Étudier la mobilisation de la mémoire (patrimoine, archives, storytelling historique).
 - Évaluer les effets sur l'authenticité perçue et la légitimité.

- **Patrimoine, traditions locales et marketing expérientiel**
 - Concevoir des expériences de marque fondées sur le patrimoine (visites, ateliers, événements).
 - Étudier la co-création avec les acteurs locaux (institutions, artisans, associations).
 - Interroger les risques d’appropriation culturelle et de folklorisation.
- **Génération et consommation**
 - Analyser les trajectoires de consommation au cours de la vie (socialisation, ruptures, transitions).
 - Étudier les effets combinés des contextes socio-économiques et des cohortes.
 - Comprendre la circulation des normes de consommation entre générations.
- **Transmissions parents–enfants et enfants–parents**
 - Étudier la socialisation à la consommation (marques, catégories, pratiques numériques).
 - Analyser les transmissions inversées (enfants prescripteurs technologiques, écogestes).
 - Mesurer l’effet sur les décisions d’achat et les arbitrages domestiques.
- **Clash générationnel et différences de perceptions**
 - Étudier les divergences de valeurs, de rapport au risque et aux technologies.
 - Analyser les conflits d’interprétation autour de l’authenticité, du progrès et de la durabilité.
 - Identifier les stratégies de médiation dans les communications de marque.
- **Temporalités durables et responsables**
 - Étudier la compatibilité entre accélération consumériste et soutenabilité.
 - Analyser les dispositifs incitant à la durée (garanties, réparabilité, abonnement, mutualisation).
 - Évaluer les indicateurs de performance intégrant le long terme.
- **Rythme de vie et sobriété**
 - Étudier les liens entre modes de vie, contraintes temporelles et comportements de consommation.
 - Analyser les conditions sociales de la sobriété (accessibilité, infrastructures, normes).
 - Interroger les injonctions paradoxales (rapidité vs frugalité).
- **Éco-anxiété et « nolostalgie » face au changement climatique**
 - Étudier l’impact des émotions climatiques sur les choix de consommation.
 - Analyser les récits de perte, d’incertitude et de recherche de sécurité symbolique.
 - Évaluer le rôle des marques entre accompagnement, responsabilisation et opportunisme.
- **Marketing de la transition écologique : vers des horizons plus lointains ?**
 - Étudier les stratégies de transformation des offres (écoconception, services, circularité).
 - Analyser la temporalité des transitions (investissements, apprentissages, changements d’usage).
 - Évaluer la crédibilité des engagements (preuves, labels, trajectoires).

- **Le temps comme ressource éthique en communication et innovation**
 - Interroger l'éthique de l'urgence (promesses instantanées, sur-sollicitation, manipulation).
 - Étudier la transparence sur les délais, la production, la livraison et l'impact.
 - Concevoir des innovations respectueuses des rythmes humains et sociaux.
- **Patience, lenteur et pédagogie dans le changement comportemental**
 - Étudier les mécanismes de persuasion durable (information, accompagnement, nudges).
 - Concevoir des dispositifs d'apprentissage progressif (alimentation durable, écotourisme, agriculture raisonnée).
 - Évaluer les effets dans le temps (maintien, rechute, appropriation).

3) Management stratégique et innovation : axes de recherche et champs d'application

- **Design et accompagnement des mutations organisationnelles (stratégie et business model)**
 - Étudier le design comme outil d'exploration, de prototypage et d'alignement stratégique.
 - Analyser son rôle dans la transformation des propositions de valeur et des modèles économiques.
 - Évaluer les conditions de diffusion (compétences, gouvernance, culture).
- **Design, dynamiques territoriales et relations inter-organisationnelles**
 - Comprendre comment le design facilite la coopération entre organisations.
 - Étudier les mécanismes de coordination au sein de méta-organisations et de communautés.
 - Analyser la fabrication d'objets-frontières (services, plateformes, standards) favorisant l'action collective.
- **Mobilisation du design au service des parties prenantes et de l'innovation**
 - Étudier les démarches centrées usagers et parties prenantes (co-design, living labs).
 - Analyser la reconfiguration des formes organisationnelles et des modes d'action.
 - Évaluer l'impact sur la capacité d'innovation (exploration, exploitation, ambidextrie).
- **Place des territoires dans ces dynamiques**
 - Étudier les ressources territoriales (compétences, institutions, réseaux, cultures).
 - Analyser les effets d'ancrage sur la légitimité, la résilience et la création de valeur.
 - Comprendre les tensions entre logiques locales et globales.
- **Articulation design, créativité organisationnelle et ancrage territorial**
 - Étudier les recompositions de la gouvernance dans un monde en transition.
 - Analyser les modalités de gestion des ressources et activités (sobriété, mutualisation, circularité).
 - Évaluer la contribution du design à la soutenabilité et à l'innovation responsable.

4) Gestion des systèmes d'information (SI) : axes de recherche et champs d'application

- **Dynamiques aux frontières des SI**
 - Explorer les frontières stabilisatrices et transformatrices des SI.
 - Étudier leurs dimensions visibles/invisibles, matérielles/symboliques.
 - Analyser les effets sur les pratiques, les identités professionnelles et la coordination.
- **Extension des frontières technologiques vers des problématiques humaines**
 - Étudier les SI comme dispositifs socio-techniques à niveaux multiples (individuel à sociétal).
 - Mobiliser la littérature sur les SI et leurs impacts organisationnels et sociaux.
 - Analyser la transformation des relations, du travail et des décisions par les SI.
- **Frontières persistantes dans la conception, le développement et le management des SI**
 - Identifier les frontières géographiques, disciplinaires, professionnelles et organisationnelles.
 - Étudier les enjeux pédagogiques et de montée en compétences.
 - Proposer des modalités de dépassement (gouvernance, interdisciplinarité, design, participation).
- **Innovation technologique et numérisation en comptabilité et audit**
 - Étudier l'apport de l'IA, de la blockchain et du big data dans les pratiques d'audit et de contrôle.
 - Analyser les effets sur la fiabilité, la traçabilité, la détection de fraude et la conformité.
 - Interroger les risques (biais algorithmiques, dépendance technologique, cybersécurité).
- **Intégration des critères ESG dans le reporting et les modèles comptables**
 - Étudier l'évolution des standards et des pratiques de reporting extra-financier.
 - Analyser l'articulation entre performance financière et performance ESG.
 - Évaluer la crédibilité des indicateurs et les risques de greenwashing.

5) Gestion des ressources humaines : axes de recherche et champs d'application

- **Stratégies RH engagées et citoyennes**
 - Étudier l'évolution des politiques RH vers la responsabilité sociale et l'engagement civique.
 - Analyser la contribution des RH aux dynamiques territoriales et à l'action collective.
 - Évaluer les conditions de légitimité et d'efficacité de ces stratégies.
- **Co-construction territoriale de solutions RH**
 - Analyser les partenariats entre entreprises, collectivités, associations et organismes de formation.
 - Étudier les dispositifs territorialisés (GPEC territoriale, plateformes, consortiums).
 - Évaluer la capacité de coordination et de mutualisation.
- **Mission, valeurs et engagement significatif**
 - Étudier les liens entre raison d'être, sens au travail et engagement.
 - Analyser les mécanismes de cohérence entre discours et pratiques managériales.

- Évaluer les effets sur l'attraction, la rétention et la performance durable.
- **Transformations prospectives du management des RH**
 - Étudier les évolutions du travail (hybridation, automatisation, nouvelles compétences).
 - Analyser l'adaptation des fonctions RH (data RH, people analytics, expérience collaborateur).
 - Évaluer les enjeux de justice organisationnelle et de qualité de vie au travail.
- **Alignement culture d'entreprise et aspirations individuelles**
 - Étudier les attentes (autonomie, flexibilité, développement, reconnaissance, valeurs).
 - Analyser les dispositifs de dialogue et de participation.
 - Évaluer l'impact sur l'engagement et l'intention de rester.
- **Développement professionnel et rétention des talents**
 - Étudier les parcours, la mobilité, la formation continue et la gestion des compétences.
 - Analyser les dispositifs d'accompagnement (mentorat, coaching, communautés).
 - Évaluer l'efficacité des politiques de rétention.
- **Évaluation, reconnaissance et rémunération comme leviers d'engagement**
 - Étudier les systèmes d'évaluation (objectifs, compétences, feedback continu).
 - Analyser la reconnaissance (symbolique, matérielle, sociale) et son équité.
 - Évaluer les effets sur motivation, engagement et turnover.
- **Rôle des dirigeants et du management**
 - Étudier le leadership et son influence sur le climat de travail.
 - Analyser la posture du manager « engagé et citoyen ».
 - Évaluer les compétences managériales favorisant confiance, autonomie et innovation.
- **Reconnaissance au quotidien et gestion des collectifs**
 - Étudier la coopération, la diversité des profils et la prévention des conflits.
 - Analyser les pratiques de management inclusif.
 - Évaluer les effets sur performance collective et bien-être.
- **Authenticité au travail et attentes contemporaines**
 - Étudier les conditions permettant l'expression de soi sans risque (sécurité psychologique).
 - Analyser les attentes en matière de flexibilité et de travail à distance.
 - Évaluer les pratiques d'engagement des équipes distribuées.
- **RH au cœur de la Cité : parcours, inclusion et compétences tout au long de la vie**
 - Étudier les politiques d'inclusion et d'accès à l'emploi.
 - Analyser les dispositifs d'orientation et d'accompagnement des publics éloignés de l'emploi.
 - Évaluer les dynamiques Emploi–Formation–Compétences à l'échelle territoriale.
- **Élargissement des compétences des acteurs RH**
 - Étudier l'intégration de la citoyenneté et de l'engagement dans les pratiques RH.
 - Analyser les impacts sur les formations et les enseignements en GRH.
 - Évaluer l'évolution des référentiels métiers RH.

- **Innovations RH pour devenir un « RH citoyen »**
 - Étudier les innovations organisationnelles et sociales (gouvernance, participation, dispositifs solidaires).
 - Analyser les effets sur l'attractivité et la cohésion sociale.
 - Évaluer les conditions de diffusion et de pérennisation.
- **Technologies RH au service de l'engagement**
 - Étudier les outils numériques RH (SIRH, people analytics, IA RH) et leurs usages.
 - Analyser les effets sur l'expérience collaborateur et la décision managériale.
 - Évaluer les risques de surveillance et de déshumanisation.
- **Innovation dans les processus RH**
 - Étudier l'intégration de l'innovation dans le recrutement, l'onboarding, la formation et l'évaluation.
 - Analyser l'impact sur la qualité du travail et la charge cognitive.
 - Évaluer la capacité d'adaptation des organisations.
- **Éthique de l'IA appliquée aux RH**
 - Étudier les biais, la discrimination et l'explicabilité des modèles.
 - Analyser la conformité (RGPD) et la gouvernance de la donnée RH.
 - Évaluer les conditions d'un usage responsable et acceptable.
- **Approches holistiques du bien-être**
 - Étudier les dispositifs intégrant bien-être physique, mental et émotionnel.
 - Analyser l'articulation avec l'organisation du travail (charge, autonomie, soutien).
 - Évaluer les effets sur engagement, santé et performance durable.
- **Santé mentale au travail (stress, anxiété)**
 - Étudier les facteurs de risque psychosociaux et les dispositifs de prévention.
 - Analyser les politiques de soutien (formation, accompagnement, cellules d'écoute).
 - Évaluer l'efficacité et la soutenabilité des interventions.
- **Diversité et engagement**
 - Étudier l'impact des politiques diversité–inclusion sur l'engagement.
 - Analyser les mécanismes de justice, d'équité et d'appartenance.
 - Évaluer les effets sur la performance et le climat social.
- **Avancées théoriques sur l'engagement**
 - Étudier le renouvellement de la dynamique satisfaction–engagement–intention de rester.
 - Analyser l'engagement unique vs dual et les approches centrées sur la personne (person-centered).
 - Évaluer les apports empiriques récents et leurs implications managériales.
- **Comportement citoyen au travail**
 - Étudier les manifestations (aide, coopération, initiative, loyauté) et leurs déterminants.
 - Analyser les antécédents (leadership, climat, justice, sens).
 - Évaluer les impacts sur la performance, la cohésion et la rétention.

6) Gestion juridique et fiscale : axes de recherche et champs d'application

1. Cadre juridique des organisations

- **Structures juridiques et formes d'entreprise**
 - Analyse comparative des statuts juridiques (SARL, SA, SAS, associations, coopératives).
 - Impact des choix juridiques sur la gouvernance et la stratégie.
 - Évolutions législatives et adaptation des structures.
- **Droit des contrats et relations commerciales**
 - Étude des mécanismes contractuels (négociation, rédaction, exécution).
 - Gestion des risques juridiques liés aux contrats.
 - Résolution des conflits et modes alternatifs de règlement (médiation, arbitrage).
- **Responsabilité juridique et conformité**
 - Responsabilité civile, pénale et administrative des dirigeants et organisations.
 - Mécanismes de conformité réglementaire (compliance) et gouvernance.
 - Étude des sanctions et impacts sur la réputation et la performance.

2. Droit fiscal et optimisation fiscale

- **Systèmes fiscaux et fiscalité des entreprises**
 - Analyse comparative des régimes fiscaux nationaux et internationaux.
 - Étude des obligations fiscales (TVA, impôt sur les sociétés, taxes locales).
 - Impact de la fiscalité sur la compétitivité et la stratégie d'entreprise.
- **Planification et optimisation fiscale**
 - Techniques d'optimisation fiscale légale et limites éthiques.
 - Étude des mécanismes d'évasion et d'évitement fiscal.
 - Rôle des conseils fiscaux et des audits fiscaux.
- **Fiscalité internationale et transfert de bénéfices**
 - Analyse des conventions fiscales internationales et lutte contre la double imposition.
 - Étude des prix de transfert et des stratégies d'optimisation globale.
 - Impact des réglementations internationales (BEPS, OCDE) sur les pratiques fiscales.

3. Gouvernance juridique et fiscale

- **Intégration de la gestion juridique et fiscale dans la gouvernance**
 - Rôle des comités d'audit, des directions juridiques et fiscales.
 - Coordination entre fonctions juridiques, fiscales et financières.
 - Gouvernance des risques juridiques et fiscaux.
- **Transparence, reporting et responsabilité sociale**
 - Obligations de transparence juridique et fiscale (reporting extra-financier).
 - Étude des pratiques de responsabilité sociale liées à la fiscalité.
 - Impact sur la réputation et la confiance des parties prenantes.

4. Innovations et transformations en gestion juridique et fiscale

- **Digitalisation et automatisation**
 - Usage des technologies (blockchain, IA, big data) pour la gestion juridique et fiscale.
 - Automatisation des processus de conformité et de déclaration.
 - Enjeux de cybersécurité et protection des données.
- **Évolutions réglementaires et adaptation**
 - Analyse des impacts des réformes fiscales et juridiques récentes.
 - Étude des stratégies d'adaptation des organisations face à la complexité réglementaire.
 - Rôle de la veille juridique et fiscale dans la prise de décision.
- **Éthique et responsabilité**
 - Débats sur la légitimité des pratiques d'optimisation fiscale.
 - Étude des normes éthiques et des codes de conduite.
 - Impact des attentes sociétales sur les pratiques juridiques et fiscales.

5. Gestion des litiges et contentieux

- **Prévention des litiges juridiques et fiscaux**
 - Stratégies de gestion des risques et audits préventifs.
 - Rôle des assurances et garanties juridiques.
 - Formation et sensibilisation des acteurs internes.
- **Gestion des contentieux**
 - Analyse des procédures judiciaires et administratives.
 - Étude des modes alternatifs de résolution des conflits.
 - Impact des litiges sur la performance et la stratégie.

7) Gestion de production et logistique : axes de recherche et champs d'application

1. Opérations durables et supply chain verte

- Intégration de principes éco-responsables dans les systèmes productifs
- Transformation verte : Re-manufacturing, Logistique verte, économie circulaire.

2. Lean management et excellence opérationnelle

- Réduction des gaspillages via Six Sigma et Lean.
- Adaptation aux disruptions post-COVID.

3. Chaîne d'approvisionnement et logistique

- Résilience face à la volatilité.
- Gestion des risques et sourcing stratégique.

4. Numérique et Industry 4.0

- IA, IoT, big data pour l'optimisation en temps réel.
- Intégration des technologies IoT, jumeaux numériques, IA dans les systèmes de production.

5. Innovation et nouveau développement produit

- Stratégies agiles pour NPD (Développement de Nouveaux Produits) et opérations comportementales.

FORMATS DE CONTRIBUTIONS

Vous pouvez contribuer pour participer aux activités du congrès en proposant :

INSTRUCTIONS AUX AUTEURS

(1) DES ARTICLES OU COMMUNICATIONS

Types des communications :

Rappelons qu'une communication est un travail qui s'appuie sur un cadre conceptuel mobilisant une ou plusieurs théories, et comprend une phase empirique avec collecte de données. Les résultats obtenus sont discutés pour faire progresser les connaissances dans le champ mobilisé. La démarche peut être déductive ou inductive et la collecte des données être quantitative ou qualitative. Il est important de vous inspirer des articles publiés dans les meilleures revues internationales dans le domaine.

- Recherche spécifique avec une application empirique
- Synthèse de la littérature relative à un thème précis
- Réflexion méthodologique ou pédagogique
- Réflexions conceptuelles

Les manuscrits soumis feront l'objet d'un processus d'évaluation anonyme par deux relecteurs. Ils seront évalués selon leur originalité, rigueur méthodologique et leur contribution aux sciences de gestion.

Formats des communications :

Les communications peuvent être soumises en français ou en anglais. Elles doivent être rédigées en caractère Times 12, interligne simple et ne doivent pas dépasser **10 pages** (avec annexes).

La première page doit comprendre : le titre de l'article, le nom de l'auteur, l'affiliation institutionnelle, l'adresse postale et électronique de l'auteur, un résumé (en français ou en anglais) d'environ 500 mots, un maximum de cinq (5) mots clés.

Les titres et les sous-titres doivent être numérotés selon le système à étages (3 niveaux maximum) : 1., 1.1., 1.1.1.

Les références seront listées en fin d'article, sur une page séparée intitulée « Références », selon les normes APA :

- *1- Pour un article :*

Schmitt, B. (2025). GenAI and consumer research: are we the last generation of human consumer researchers? *Journal of Consumer Research*, 52(1), 1-3.

- **2-Pour un chapitre dans un ouvrage :**

Singh, R., Guan, T.G., Ravesangar, K., Joshi, A. (2024). Artificial Intelligence Adoption for Sustainable HRM in HealthCare Industry: A Conceptual Review. In: Singh, R., Shafik, W., Crowther, D., Kumar, V. (eds) *Transforming Healthcare Sector Through Artificial Intelligence and Environmental Sustainability. Approaches to Global Sustainability, Markets, and Governance*. Springer, Singapore.

- **3- Pour un ouvrage :**

Lambin, J. J., De Moerloose, C., & Kervyn, N. (2025). Marketing stratégique et opérationnel. La démarche marketing dans une perspective responsable, 11^e éd. : Dunod.

- **4-Pour une source électronique :**

Giovanetti, F. (2019, November 16). *Why we are so obsessed with personality types*. Medium. <https://medium.com/the-business-of-wellness/whywe-are-so-obsessed-with-personality-types577450f9aee9>

Les communications peuvent être rédigées indifféremment en français ou en anglais.

(2) DES POSTERS

INSTRUCTIONS AUX AUTEURS

Le congrès accepte aussi d'autres formats de travail ou contribution, en particulier les **posters** :

Un poster est un support visuel utilisé pour présenter les résultats d'une recherche ou d'un projet lors d'un congrès ou d'une conférence scientifique. Il peut être composé de texte, d'images, de graphiques et de tableaux, et vise à communiquer les informations clés de manière concise et attrayante. C'est un **outil précieux pour les chercheurs (et/ou les professionnels) qui souhaitent partager leurs résultats et leurs idées avec un large public**.

Voici les éléments clés d'un poster que vous pouvez soumettre :

- Un titre clair et concis qui résume le sujet de la recherche ou du projet.
- Une introduction qui présente le contexte de la recherche, les questions posées et les objectifs poursuivis.
- La méthodologie utilisée pour mener la recherche ou le projet.
- Les résultats obtenus, présentés de manière claire et concise.
- Une discussion des résultats et de leurs implications.
- Une conclusion qui résume les points clés de la recherche ou du projet.
- Des références bibliographiques pour les sources citées (**Note** : suivre les normes APA comme pour les communications classiques).

Les posters sont utilisés pour :

- Diffuser les résultats d'une recherche à un large public.
- Susciter l'intérêt des participants au congrès pour un sujet particulier.
- Développer des collaborations avec d'autres chercheurs (ou professionnels).

- Promouvoir son travail et sa recherche.

Conseils pour la création de votre poster :

- Utiliser un visuel attrayant et percutant pour captiver l'attention des lecteurs.
- Organiser le contenu de manière claire et logique pour faciliter la lecture.
- Utiliser des polices de caractères lisibles et une taille de police suffisamment grande.
- Limiter le nombre de mots et utiliser un langage simple et concis.
- Vérifier l'orthographe et la grammaire avant de soumettre le poster.

Formats et dimensions des posters :

Les formats et dimensions des posters sont divers et variés. Vous pouvez utiliser les formats les plus courants ci-après :

- A0 (841 x 1189 mm)
- A1 (594 x 841 mm)
- A2 (420 x 594 mm)

Les posters pourront être imprimés par vous sur du papier ou du tissu, ou bien présentés numériquement sur un écran.

(3) DES ARTICLES EN PROGRESSION

Un article en progression soumis est un **document écrit** qui présente les résultats préliminaires d'une recherche en cours pour **examen et commentaires**. Il s'agit d'une **version préliminaire** de l'article.

Quelques éléments clés d'un article en progression :

- Un titre clair et concis qui résume le sujet de la recherche.
- Un résumé qui présente les objectifs de la recherche, la méthodologie utilisée, les résultats préliminaires obtenus et les conclusions provisoires.
- Une introduction qui présente le contexte de la recherche et les questions posées.
- La méthodologie utilisée pour mener la recherche.
- Les résultats préliminaires obtenus, présentés de manière claire et concise.
- Une discussion des résultats préliminaires et de leurs implications.
- Une conclusion qui résume les points clés de la recherche en cours.
- Des références bibliographiques pour les sources citées.

Avantages de soumettre un article en progression :

- Obtenir des commentaires d'autres chercheurs sur la recherche en cours.
- Identifier les points forts et les points faibles de la recherche.
- Améliorer la qualité de l'article final.
- Réseauter avec d'autres chercheurs dans le domaine.
- Promouvoir son travail et sa recherche.

Instructions aux auteurs :

Les articles en progression peuvent être soumis en français ou en anglais. Ils doivent être rédigés en caractère Times 12, interligne simple et ne doivent pas dépasser **10 pages** (avec annexes).

La première page doit comprendre : le titre de l'article, le nom de l'auteur, l'affiliation institutionnelle, l'adresse postale et électronique de l'auteur, un résumé (en français ou en anglais) d'environ 500 mots, un maximum de cinq (5) mots clés.

Les titres et les sous-titres doivent être numérotés selon le système à étages (3 niveaux maximum) : 1., 1.1., 1.1.1.

Les références seront listées en fin d'article, sur une page séparée intitulée « Références », selon les normes APA comme pour les communications classiques :

(4) DES TABLES RONDES

Une table ronde est un format de discussion organisé autour d'un thème précis. Elle réunit plusieurs experts ou intervenants qui partagent leurs points de vue et débattent d'un sujet d'intérêt commun. L'objectif est d'offrir aux participants une perspective multidimensionnelle et d'encourager un échange constructif d'idées. Si vous voulez présider ou animer une table ronde lors du congrès de l'ACSG 2026, merci de tenir compte des éléments ci-après :

Voici quelques éléments clés :

- **Un thème central** : La table ronde est centrée sur un sujet précis et bien défini, en lien avec les sciences de gestion.
- **Un panel d'experts** : Un groupe d'experts ou d'intervenants, sélectionnés pour leurs connaissances et leurs expériences dans le domaine des sciences de gestion, invité à participer à la discussion.
- **Un animateur** : Un modérateur ou un animateur est responsable de la gestion du temps, de la présentation des intervenants et de la coordination des échanges.
- **Un format interactif** : La table ronde encourage l'interaction entre les participants et le public. Des questions peuvent être posées et des discussions peuvent s'engager entre les intervenants et l'auditoire.
- **Un objectif pédagogique** : L'objectif principal d'une table ronde est d'enrichir la compréhension du public sur le sujet traité en lui offrant une variété de perspectives et d'expertises.

Voici quelques exemples de sujets pouvant être abordés lors du congrès de l'ACSG 2026 :

- Les dernières avancées dans le domaine des sciences de gestion
- Les défis et les solutions face à un enjeu sociétal
- L'impact d'une technologie émergente sur un secteur d'activité de management
- Les différentes perspectives sur une question controversée dans le domaine du management
- La gestion des entreprises dans un monde en mutation
- Management des entreprises et culture congolaise

RAPPEL DES TRAVAUX OU CONTRIBUTIONS A SOUMETTRE

Le Congrès International de l'ACSG 2024 accepte plusieurs types de travaux contribution à soumettre :

- (1) Les articles ou communications
- (2) Les posters
- (3) Les articles/communications en progression
- (4) Les tables rondes

PROCEDURE D'EVALUATION DES TRAVAUX OU CONTRIBUTIONS

Les travaux ou contributions (surtout article/communication, poster, article/communication en progression) devront être envoyés au plus tard :

Le 31 août 2026

La réponse sera envoyée aux auteurs **le 30/09/2026**.

Formats de soumission : « .doc » ou « .docx » ou « .rtf » ou « .odt » ou « pdf » sur le site de l'ACSG : <https://acsg-management.com/acsg-publication/auth/login.php>

Les travaux ou contributions sont évaluées selon la procédure du « double aveugle », par deux lecteurs anonymes du comité scientifique. L'affectation des lecteurs aux communications soumises est réalisée par le président du comité scientifique.

L'acceptation de la contribution engage au moins un des auteurs à venir la présenter. Dans le cas contraire, la contribution serait retirée du programme et des actes.

Bien sûr, ces thématiques ne sont pas exhaustives.

Bonne soumission.

Présidence du comité Scientifique

Prof. Joseph Kaswengi
Prof. Jerry Mbatika
Prof. Matundu Lelo
Prof. Yere Innocent
Prof. Ntoto Eugène