



XXII SIM Conference

Università di Napoli Parthenope

10 -12 Settembre 2025

The Marketing-Innovation Nexus Past Insights for Future Challenges

Chairs

Maria Rosaria Napolitano

Michele Simoni

Call for papers

Nello scenario attuale, caratterizzato da un rapido sviluppo delle tecnologie ed una profonda trasformazione socio-economica, si assiste ad un cambiamento paradigmatico in cui innovazione e marketing sono interessati da un processo di evoluzione congiunta.

Tale fenomeno coevolutivo può essere esplorato assumendo diversi punti di vista. Da un lato lo studio del fenomeno richiede riflessioni sulla capacità delle imprese di innovare le modalità con cui si concepisce e si pratica il marketing e, dunque, si crea valore con prodotti ed esperienze sempre più personalizzati, coinvolgenti, immersivi e co-creati, di fronte alle crescenti sfide di mercato, della società e attraverso lo sfruttamento delle innovazioni tecnologiche. Dall'altro implica riflessioni sulle risorse e capacità di marketing necessarie alle imprese per affrontare le attività di sviluppo di innovazioni di business e di generazione di nuove idee imprenditoriali in uno scenario di cambiamento tumultuoso del mercato e dei paradigmi tecnologici sottostanti.

Si pensi, ad esempio, agli strumenti di marketing *automation* che stanno trasformando il modo in cui le decisioni di marketing sono prese a livello aziendale, consentendo alle imprese di gestire in modo più efficace i processi interni e le relazioni con i clienti. Oppure si pensi all'impatto trasformativo della *Generative Artificial Intelligence* che sta producendo un miglioramento esponenziale della produttività delle attività di *content marketing* aprendo riflessioni più profonde su temi quali il ruolo, le competenze e le capacità dell'essere umano nel marketing, l'uso etico delle informazioni generate dai clienti, le implicazioni di sostenibilità ed equità dei nuovi prodotti e servizi. Le innovazioni tecnologiche e non tecnologiche combinate con la capacità dell'impresa di metterle in dialogo e sinergia con il mercato costituiscono quindi sempre più la base su cui un'impresa costruisce la sua cultura dell'innovazione. I valori aziendali, l'identità dell'impresa, la sua storia congiuntamente alle sue competenze creative, alla capacità di fare leva sulle nuove tecnologie, alla

Sede Legale

Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali
Università di Parma - Via J.F.Kennedy 6, 43100 Parma
C.F. 93053280504 - P.I. 01718720509

Segreteria organizzativa

Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale - CORIS
Sapienza Università di Roma - Via Salaria 113, 00198
+39 06 4991 8325 - info@simktg.it

flessibilità di riorganizzarsi diventano i cardini di come si concepisce e rende operativa la relazione tra marketing e innovazione.

La conferenza SIM 2025 si propone, quindi, di esplorare il connubio tra marketing e innovazione in funzione della capacità dell'impresa di rileggere e rinnovare la sua proposta di valore garantendo un impatto positivo sulla vita degli individui, delle comunità e della società.

Possono essere inviate diverse tipologie di contributo: full paper, short paper, marketing case, poster. I poster saranno esposti in una sessione ad hoc. Full e Short paper non selezionati per la presentazione nelle sessioni parallele potranno essere presentati nella sessione poster.

Saranno conferiti i seguenti premi:

- a) Best Conference Paper Award
- b) Selected paper award per ogni sezione tematica.

Saranno inseriti nei proceedings – salvo richiesta in senso contrario da parte degli autori – tutti i contributi (full paper, short paper, poster) presentati al convegno nel loro formato originale. Su richiesta degli autori è possibile inserire nei proceedings un extended abstract le cui caratteristiche sono riportate di seguito. I marketing cases potranno essere selezionati per la successiva pubblicazione nella collana Pearson Management & Marketing Cases.

Per partecipare alla SIM Conference 2025 **è necessario essere soci SIM 2025**. La scadenza per l'iscrizione al convegno è il **31 Luglio 2025**. **Le iscrizioni saranno possibili solo online**: tutti i dettagli saranno pubblicati sul sito (www.simktg.it). Non saranno considerati per l'inserimento nei proceedings, per gli award o per le opportunità di pubblicazione, i paper che non risultino regolarmente presentati nelle rispettive sessioni.

I paper dovranno essere indirizzati alle seguenti sezioni tematiche:

1. International Marketing
2. Consumer Behavior
3. Marketing Communication & Branding
4. Business-to-Business Marketing
5. Retailing, Sales, & Trade Marketing
6. Tourism, Culture & Arts Marketing
7. Technology and Innovation Marketing
8. Digital Marketing
9. Sustainable Marketing and Inclusivity
10. Services Marketing
11. Marketing cases

Sede Legale

Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali
Università di Parma - Via J.F.Kennedy 6, 43100 Parma
C.F. 93053280504 - P.I. 01718720509

Segreteria organizzativa

Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale - CORIS
Sapienza Università di Roma - Via Salaria 113, 00198
+39 06 4991 8325 - info@simktg.it

12. Marketing in Entrepreneurial Ecosystems - Special track UNESCO Chair

13. Special Sessions*

*I soci interessati possono proporre special session su argomenti di attualità e/o trasversali alle sezioni tematiche. Le proposte possono essere indirizzate a info@simktg.it con la medesima scadenza del call for paper. La proposta deve contenere una breve descrizione della sessione e gli abstract di almeno tre paper che partecipano alla stessa.

Non è possibile presentare lo stesso paper in più sezioni tematiche e si raccomanda di non sottoporre materiali già pubblicati o accettati da altre conferenze, per lo meno non nella stessa forma.

Non si possono presentare più di tre paper (papers, casi, poster, ecc.) per ogni singolo autore, in qualsiasi posizione (primo autore, secondo, ecc.) e in qualsiasi sezione. In altre parole, lo stesso autore non può essere presente in più di tre paper (casi, poster, ecc.) presentati al convegno. Superare questo limite può portare all'esclusione di tutti i paper in cui l'autore è presente.

Non si possono presentare paper con più di cinque autori.

I paper nelle versioni full e short, i poster, e i marketing cases redatti secondo le norme redazionali riportate di seguito, nonché le proposte di special session, dovranno pervenire entro e non oltre il **30 Giugno 2025** sulla piattaforma <https://simconference.confnow.eu/>.

La decisione circa l'accettazione del contributo proposto sarà comunicata da parte dei Coordinatori delle Sezioni Tematiche entro il **15 Luglio 2025**.

Formati per la submission:

- Full paper
 - Abstract (250 parole, max 1500 caratteri)
 - Keyword: da 4 a 6
 - 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 (incluse figure, tabelle e bibliografia): 20
- Short paper
 - Abstract (250 parole, max 1500 caratteri)
 - Keyword: da 4 a 6
 - Carattere: testo Times New Roman corpo 10; note Times new Roman 9
 - Margini: superiore cm 5; inferiore cm 6,2; sinistro cm 4,4; destro cm 4.4

- Interlinea singola
- Numero massimo di pagine (tutto compreso): 5

- Marketing case
 - Per i casi sottomessi alla track “Marketing cases” si rimanda alle linee guida per gli autori della collana Pearson Management & Marketing Cases accessibili al seguente link: <https://it.pearson.com/docenti/universita/partnership/casi-studio-he.html>

- Poster
 - Abstract (250 parole, max 1500 caratteri)
 - Keyword: da 4 a 6
 - Carattere: testo Times New Roman corpo 10; note Times new Roman 9
 - Margini: superiore cm 5; inferiore cm 6,2; sinistro cm 4,4; destro cm 4.4
 - Interlinea singola
 - Numero massimo di pagine (tutto compreso): 3

Formati per l’inclusione dei paper nei proceedings

- Nei proceedings possono essere inserite le submission originali (full o short), ma completate con i nomi degli autori. Per i poster può essere inserito il testo sottomesso alla piattaforma.
- I paper full e short che non saranno inclusi nelle sessioni parallele e inseriti invece nella poster session, possono essere inclusi nei proceedings nel loro formato originale.
- E’ altresì possibile richiedere di non includere il proprio contributo nei proceedings.
- In alternativa si può includere solo un eventuale extended abstract (max 2 pagine) da inviare dopo il convegno con le caratteristiche seguenti:
 - Titolo
 - Autore/i, con affiliazione
 - Keyword: da 4 a 6
 - Abstract (250 parole, max 1500 caratteri)
 - Keyword: da 4 a 6
 - Carattere: testo Times New Roman corpo 10; note Times new Roman 9
 - Margini: superiore cm 5; inferiore cm 6,2; sinistro cm 4,4; destro cm 4.4
 - Interlinea singola
 - Numero massimo di pagine (tutto compreso): 2

Formati per la presentazione al convegno

- Gli autori di full, short paper e marketing cases possono scegliere il formato preferito per la presentazione dei loro contributi al convegno (ppt, o altri formati).

- Gli autori dei poster, al fine di stimolare la discussione con i partecipanti alla Conference, potranno stampare il proprio contributo in una pagina A1 (formato

poster). È richiesta altresì la presenza di uno o più degli autori durante la sessione. Si consiglia di non superare dimensioni pari a 1 Din A0 (84 cm di larghezza e 120 cm di altezza), disponendo i poster in posizione verticale. E' possibile comporre il poster utilizzando più fogli A4, mantenendo le dimensioni e l'orientamento di cui sopra. Per la scelta dello sfondo sono da preferire i colori chiari. Le informazioni della ricerca andrebbero distanziate in modo proporzionale. In tal senso, può essere utile suddividere il poster in tre/quattro sezioni. Si consiglia l'uso di illustrazioni, schemi e/o grafici in modo che il poster possa essere più attraente per la discussione.

Norme redazionali:

- Carattere: testo Times New Roman
- Titolo: max 36
- Titoli delle sezioni (Introduzione, ecc.): 30
- Testo: max 24

Sede Legale

Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali
Università di Parma - Via J.F.Kennedy 6, 43100 Parma
C.F. 93053280504 - P.I. 01718720509

Segreteria organizzativa

Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale - CORIS
Sapienza Università di Roma - Via Salaria 113, 00198
+39 06 4991 8325 - info@simktg.it