

Yousra HALLEM

Docteur en sciences de gestion

Laboratoire HuManiS (EA 7308)



Domaines d'enseignement :

Marketing stratégique et opérationnel
Analyse du comportement du consommateur
International marketing (enseignement en anglais)
Introduction to marketing studies (enseignement en anglais)
Comptabilité d'entreprise
Gestion d'entreprise

Thèmes de recherche :

Marketing transformatif, Marketing digital, Co-crédation de la valeur, Marketing des services, Marketing expérientiel, Analyse du comportement du consommateur

Formation :

2013 : Admise au concours de qualification aux fonctions de maître de conférences (session 2013)
2008 - 2012 : Doctorat en sciences de gestion à EM Strasbourg
2007 - 2008 : Master 2 Management de l'Innovation à l'IAE de Lyon (mention bien)
2005 - 2007 : Master 2 Recherche en marketing à l'Institut Supérieur de Gestion de Tunis (mention bien)
2001 - 2005 : Maîtrise en marketing à l'Institut Supérieur de Gestion de Tunis (mention très bien)

Publications:

- Hallem, Y. et Dekhili, S., (2016), Un touriste co-crédateur est-il un touriste heureux ? Etude de l'impact de la co-crédation sur le bien-être du consommateur" *Revue Management & Avenir*, (4 au classement FNEGE), avril, 85. (4 classement FNEGE)
- Hallem, Y., et Barth, I., (2016), Comprendre le rôle paradoxal d'Internet dans le développement des services médico-touristiques : une étude empirique, *Recherches en Sciences de Gestion*, (3 au classement FNEGE et AERES), n°109.
- Hallem, Y., et Barth, I., (2015), Understanding the role of Internet in explaining the medical-tourist behavior: a conceptual model, *Revue Management et Avenir Santé*, Avril, 2.
- Hallem, Y., Barth, I. et Triki, A., (2015), Les nouveaux comportements d'achat dans le tourisme de santé : quand Internet s'en mêle, *Revue Management et Avenir*, Avril, 77. (4 classement FNEGE)
- Hallem, Y., et Barth, I., (2015), L'utilisation d'Internet par les patients-touristes pour diminuer la forte dangerosité inhérente a un service de croyance : Le cas du tourisme de chirurgie esthétique en Tunisie, une étude netnographique, *Revue Internationale de Psychosociologie et de Gestion des Comportements Organisationnels*, 21, 51, Printemps. (4 classement FNEGE)
- Hallem, Y., et Barth, I., (2014), L'influence d'Internet sur le comportement d'achat d'un service de croyance : cas du tourisme médical, *Revue Française du Marketing*, Septembre, 48, 3/5. (4 classement FNEGE)
- Hallem, Y., et Barth, I. (2011), Customer-perceived value of medical tourism: An exploratory study — the case of cosmetic surgery in Tunisia, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18, 121–129.

Communications:

- Juin 2016 : Yousra Hallem, Intissar Intissar & Azza Temessek, "Valeurs stratégiques des activités de co-création : axes de développement commercial" papier accepté pour présentation à la 25^{ème} conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique. Hammamet.
- Mai 2016 : Yousra Hallem, Intissar Intissar & Azza Temessek, Quelles valeurs pour l'expérience de co-création ? Vers le développement d'un instrument de mesure", papier accepté pour présentation au 32^{ème} congrès de l'Association Française de Marketing, Lyon.
- Mai 2016 : Yousra Hallem & Sihem Dekhili, Comment la co-création impacte-t-elle le bien-être du consommateur: une application au cas du tourisme", papier accepté pour présentation au 32^{ème} congrès de l'Association Française de Marketing, Lyon.
- Novembre 2015 : Yousra Hallem, Imed Ben Nasr & Joëlle Lagier, Technologies mobiles : impact et conséquences sur la valorisation de l'expérience muséale, papier accepté pour une présentation au 14^{ème} Journées Normandes de recherche sur la Consommation, Novembre 2015, Angers.
- Octobre 2015 : Yousra Hallem & Intissar Abbes, Les Self-Service Mobile Technologies (SSMT): est-ce un moyen de création ou de destruction de la valeur ? application dans le secteur de la restauration", papier accepté pour une présentation au 18^{ème} Colloque Etienne Thil, Octobre 2015, Paris. Papier récompensé par le prix de la meilleure communication.
- Mai 2015 : Yousra Hallem, Imed Ben Nasr & Thomas Baraban, Rôle des technologies mobiles dans la valorisation de l'expérience muséale, 2^{ème} conférence de l'Association Francophone du Management du tourisme, Strasbourg.
- Mai 2015 : Yousra Hallem & Intissar Abbes, Co-création et technologie mobile dans le cadre d'une stratégie omnicanal : quelles valeurs pour le consommateur, Une application dans le secteur de la restauration, 31^{ème} colloque international de l'Association Française du Marketing, Marrakech, Maroc.
- Mai 2014: Yousra Hallem & Isabelle Barth, Les nouveaux comportements d'achat dans le tourisme médical : quand Internet s'en mêle, Colloque ARAMOS, Kedge Business School, Marseille.
- Mai 2014 : Yousra Hallem & Sihem Dekhili, Co-production behavior in the case of tourism services: components and impacts on consumer's well-being, French-German Workshop on Emerging Consumer Behaviors, 13 et 14 mai, Université Montpellier 1, Faculté d'Administration Economique et Sociale.
- Avril 2014 : Yousra Hallem & Isabelle Barth, Le rôle paradoxal d'Internet dans la commercialisation des services médico-touristiques, 2^{ème} Colloque européen sur Innovation et Commerce, IAE Gustave Eiffel, Créteil.
- Septembre 2013 : Yousra Hallem & Isabelle Barth, Comprendre le rôle paradoxal d'Internet dans le développement des services médico-touristiques : une étude empirique, 12^{ème} journée de recherche sur le e-marketing, Paris, septembre 2013.
- Octobre 2012 : Yousra Hallem & Isabelle Barth, La globalisation ou l'effacement des frontières: cas du tourisme médical, 11^{ème} Etats Généraux du Management : nouvelles frontières du management, organisés par la FNEGE, Strasbourg.
- Mai 2012 : Yousra Hallem, Isabelle Barth & Abdelfattah Triki, Le rôle paradoxal d'Internet dans le développement d'un service de croyance : conceptualisation autour du service médico-touristique, 28^{ème} Colloque International de l'Association Française de Marketing, Brest, France.
- Juin 2011: Yousra Hallem, Isabelle Barth & Abdelfattah Triki, Le rôle d'Internet dans le développement d'un service de croyance: proposition d'un modèle autour du tourisme médical, 3^{ème} Journée de Recherche et d'Echanges en Management du Tourisme, Disneyland Paris.
- Mai 2011 : Yousra Hallem & Isabelle Barth, Etude netnographique du rôle d'Internet dans le développement du tourisme médical : cas du tourisme de chirurgie esthétique en Tunisie, 27^{ème} Colloque International de l'Association Française de Marketing, Bruxelles, Belgique.
- Septembre 2010 : Yousra Hallem, Isabelle Barth & Abdelfattah Triki, The concept of customer perceived value in a medical tourism context, Annual Conference of the European Chapter of the Travel and Tourism Research Association, Budapest, Hungary. Papier récompensé par le prix de la meilleure communication de la conférence.
- Mai 2010: Yousra Hallem, La notion de la valeur perçue dans le contexte du tourisme médical, cas du tourisme de chirurgie esthétique en Tunisie, 10^{ème} colloque doctoral de l'AFM, Angers, France
- Avril 2010 : Yousra Hallem, Isabelle Barth & Abdelfattah Triki, Etude exploratoire de la valeur perçue par le client du tourisme médical, cas du tourisme de chirurgie esthétique en Tunisie, 8^{ème} colloque international de l'ATM, Sousse, Tunisie

- Septembre 2009 : Yousra Hallem, Isabelle Barth & Abdelfattah Triki, Les apports des TIC au tourisme: Illustration d'un point de vue théorique et méthodologique, cas du tourisme médical, *8^{ème} journée de recherche sur le e-marketing*, Université Panthéon Sorbonne, Paris I.
- Juin 2009: Yousra Hallem, Le tourisme médical, risque perçu et rôle du tour opérateur dans le développement d'une activité émergente : proposition d'un cadre conceptuel, *Colloque International et consortium doctoral, ISEOR, Academy of Management*, Lyon, France.
- Juin 2009 : Yousra Hallem, Tourisme médical et risque perçu : proposition d'un cadre conceptuel, *17^{ème} Tutorat Collectif des IAE*, IAE Gustave Eiffel, Créteil, France.
- Avril 2009: Yousra Hallem, Le tourisme médical: risque perçu et rôle du tour opérateur dans le développement d'une activité émergente, *7^{ème} Colloque International de Marketing, Atelier Doctoral, Association Tunisienne de Marketing, Hammamet*, Tunisie.
- Juillet 2008: Abdelfattah Triki & Yousra Hallem, Using Case Study Research For Assimilating The Medical Tourism Service Delivery Process, Analyzing The Tour Operator Marketing Mix, And Understanding Customer Behavior, *Proceedings of the Annual Academy of Marketing Conference*, Aberdeen, Great Britain.
- Yousra Hallem & Sihem Dekhili, Co-production behavior in the case of tourism services: components and impacts on consumer's well-being: Chapitre dans un ouvrage collectif, *Emerging Consumer Behaviors: Is the digitally empowered customer a happy customer?*, Karlsruhe Institute of Technology Editor, à paraître