



# NADIA MANKAI

Département de science de gestion

## Short Biography

Docteure en marketing et maître assistante à la Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de Nabeul, disposant de plus de 24 ans d'expérience dans l'enseignement supérieur, la formation et l'accompagnement pédagogique. Spécialisée en marketing, responsabilité sociétale des entreprises (RSE), communication marketing et tourisme durable, j'anime des cours collectifs adaptés à tous les niveaux (de la 1ère Année licence jusqu'au master de recherche et master professionnel) et à diverses spécialités (Marketing, Gestion, GRH, Commerce international, Innovia, Marketing touristique).

Passionnée par l'enseignement sous ses différentes facettes, je me dédie exclusivement à mes étudiants, avec qui je partage mon savoir et mon état d'esprit. Je bénéficie d'une solide expertise en conception de programmes de formation, ingénierie pédagogique, animation de groupes d'étudiants et développement de compétences. J'ai la capacité à accompagner les organisations dans leurs projets de transformation, d'innovation et de performance durable.

## Expériences professionnelles

### Intervenante à une formation en RSE

*Novembre 2022 - Novembre 2023 ( 1 ans )*

*Hammamet Valley, Programme d'incubation : Les lumineuses., Hammamet*

### Intervenante à une formation de développement durable

*Juillet 2021 - Juillet 2022 ( 1 ans )*

*Hammamet Valley, Programme d'incubation : Tourisme 4.0, Hammamet*

### Maitre assistante de l'enseignement supérieur

*Septembre 2012 - Présent ( 13 ans, 7 mois )*

*Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul, Université de Carthage., Nabeul*

### Assistante de l'enseignement supérieur

*Septembre 2008 - Septembre 2012 ( 4 ans )*

*Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul, Université de Carthage, Nabeul*

### Assistante de l'enseignement supérieur

*Septembre 2004 - Septembre 2008 ( 4 ans )*

*Faculté des sciences économiques et de gestion de Mahdia, Université de Monastir., Mahdia*

## Assistante contractuelle de l'enseignement supérieur

Septembre 2001 - Septembre 2004 ( 3 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Tunis, Université de Tunis El Manar., Tunis

En tant qu'assistante contractuelle j'ai assuré pendant les trois années consécutives des séances de travaux dirigés (TD) :

- La Gestion de la Force de Vente pour les 3<sup>ème</sup> Année Licence Fondamentale - Marketing.
- Communication Marketing (Intégrée) pour les 3<sup>ème</sup> Année Licence Fondamentale - Marketing
- Environnement Commercial Tunisien pour les 2<sup>ème</sup> Année Commerce électronique.
- Stratégie Marketing pour les 2<sup>ème</sup> Année Commerce électronique.
- Etude de Marché pour les 2<sup>ème</sup> Année Commerce électronique.
- Marketing des Services pour les 2<sup>ème</sup> Année Commerce électronique, les 2<sup>ème</sup> Année Techniques d'Assurance et les 2<sup>ème</sup> Année Techniques Financières.
- Marketing pour les 2<sup>ème</sup> Année Management.
- Comptabilité Analytique de Gestion pour les 2<sup>ème</sup> Année Gestion.
- Stratégie Marketing pour les 3<sup>ème</sup> Année Management.
- Introduction à la Gestion I et II pour les 1<sup>ère</sup> Année Gestion.

## Diplômes

### Doctorat en Sciences de Gestion, Spécialité Marketing

2010

Type : Doctorat

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis, Tunis

"L'influence de la localisation géographique du consommateur sur son choix de fréquentation d'un point de vente alimentaire", FSEG de Tunis El Manar, Thèse de Doctorat en Marketing (2010).

### DEA en Marketing

2001

Type : Mastère de recherche

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis., Tunis

"La Relation de Partenariat entre Industriels et Distributeurs", FSEG de Tunis El Manar, DEA en Marketing (2001).

### Maitrise en Marketing

1999

Type : Maîtrise

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis., Tunis

"La Fidélisation de la clientèle", FSEG de Tunis El Manar, Diplôme de Maitrise en Marketing (1999).

### Diplôme 1er cycle en Gestion

1997

Type : Préparatoire

Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis., Tunis

### Diplôme de baccalauréat (Mathématiques)

1995

Type : Baccalauréat

Imem Moslem, Tunis

## Enseignements

## Intelligence émotionnelle

Septembre 2025 - Janvier 2026 ( 4 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence en Marketing, vise à développer la compréhension et la gestion des émotions dans un contexte professionnel et commercial. Il aborde les notions de conscience de soi, maîtrise de soi, empathie, motivation et compétences relationnelles, appliquées aux interactions avec les clients, collègues et partenaires.

La matière met l'accent sur l'impact de l'intelligence émotionnelle sur la prise de décision, la négociation, la fidélisation client et le management d'équipe.

L'objectif est de permettre aux étudiants d'améliorer leur efficacité personnelle et relationnelle, afin de renforcer la performance commerciale et la qualité des relations client.

## Formes de Tourisme dans le monde et en Tunisie

Janvier 2024 - Présent ( 2 ans, 3 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 1ère Année Master professionnel en Marketing touristique

Ce cours, destiné aux étudiants de 1<sup>re</sup> année Master Professionnel en Marketing Touristique, présente les différentes formes de tourisme à l'échelle mondiale et leurs déclinaisons spécifiques en Tunisie. Il aborde le tourisme culturel, balnéaire, d'aventure, écologique, de santé, gastronomique et événementiel, en analysant leurs caractéristiques, marchés cibles et impacts économiques, sociaux et environnementaux.

La matière met l'accent sur l'adaptation des offres touristiques aux attentes des clients, sur l'évolution des tendances mondiales et locales, ainsi que sur les opportunités de développement durable et de différenciation concurrentielle.

L'objectif est de permettre aux étudiants de comprendre la diversité du secteur touristique et de concevoir des stratégies marketing adaptées aux différentes formes de tourisme, tout en tenant compte du contexte tunisien.

## Marketing digital

Janvier 2023 - Mai 2023 ( 4 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année Licence en Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence en Marketing, explore les stratégies et outils du marketing dans l'environnement numérique. Il aborde la gestion des sites web, des réseaux sociaux, du référencement (SEO/SEA), de l'emailing, des campagnes publicitaires en ligne et de l'analyse des performances digitales.

La matière met l'accent sur la conception de campagnes intégrées, l'optimisation de l'expérience utilisateur et l'utilisation des données pour piloter les décisions marketing.

L'objectif est de permettre aux étudiants de maîtriser les leviers du marketing digital afin de créer de la valeur, renforcer la visibilité des marques et optimiser l'engagement client.

## Application du développement durable à l'industrie alimentaire

Janvier 2023 - Mai 2023 ( 4 mois )

Ecole Supérieure des Industries Alimentaires de Tunis

**Filière(s) d'enseignement :** 1ère Année Master professionnel en Innovation et Durabilité

Ce cours, destiné aux étudiants de 1<sup>re</sup> année Master Professionnel en Innovation et Durabilité, explore les principes et pratiques du développement durable appliqués au secteur agroalimentaire. Il aborde la gestion responsable des ressources naturelles, la réduction des déchets et des émissions, l'optimisation des chaînes d'approvisionnement, ainsi que l'innovation produit et procédés respectueux de l'environnement.

La matière met l'accent sur l'intégration des enjeux sociaux, économiques et environnementaux dans la stratégie des entreprises alimentaires, la réglementation et les certifications durables, ainsi que sur les opportunités de création de valeur et de différenciation sur le marché.

L'objectif est de former des professionnels capables de concevoir et piloter des pratiques durables et innovantes dans l'industrie alimentaire, conciliant performance économique et responsabilité sociétale.

## Tourisme Durable

Janvier 2022 - Présent ( 4 ans, 3 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 1ère Année Master professionnel Marketing Touristique

Ce cours, destiné aux étudiants de 1<sup>re</sup> année Master Professionnel en Marketing Touristique, explore les principes et pratiques du tourisme durable, intégrant les dimensions environnementales, sociales et économiques. Il aborde les enjeux de préservation des ressources naturelles et culturelles, la responsabilité des acteurs touristiques, ainsi que les stratégies de développement touristique respectueuses des communautés locales.

La matière met l'accent sur l'évaluation de l'impact des activités touristiques, la conception de produits responsables et l'intégration de la durabilité dans la promotion et la gestion des destinations.

L'objectif est de former des professionnels capables de développer des offres touristiques durables, éthiques et compétitives, tout en sensibilisant aux enjeux environnementaux et sociaux du secteur.

## Analyse du comportement du consommateur à l'ère digitale

Septembre 2020 - Présent ( 5 ans, 7 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 1ère Année Master Recherche en Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 1<sup>re</sup> année Master Recherche en Marketing, examine les comportements d'achat et de consommation à l'ère numérique. Il analyse comment les consommateurs interagissent avec les plateformes digitales, les réseaux sociaux, les sites e-commerce et les applications mobiles, en tenant compte des facteurs psychologiques, sociaux et culturels.

La matière explore les modèles de perception, de motivation, d'influence sociale et de prise de décision dans un environnement digital, ainsi que l'utilisation des données comportementales (analytics, tracking, big data) pour comprendre et anticiper les besoins des consommateurs.

L'objectif est de former des chercheurs capables d'analyser et d'interpréter le comportement des consommateurs dans des contextes numériques afin de guider les stratégies marketing digitales et l'innovation.

## Gestion de la relation client

Janvier 2020 - Présent ( 6 ans, 3 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 1ère Année Master recherche en Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 1<sup>re</sup> année Master Recherche en Marketing, explore les stratégies et outils permettant de comprendre, fidéliser et valoriser les clients dans un contexte concurrentiel. Il aborde la segmentation, le parcours client, le CRM (Customer Relationship Management), la personnalisation des offres et l'évaluation de la satisfaction client.

La matière met l'accent sur l'analyse des comportements, la prise de décision marketing basée sur les données et l'optimisation de la valeur client à long terme.

L'objectif est de former des chercheurs capables de concevoir et d'évaluer des stratégies relationnelles efficaces, intégrant à la fois les dimensions marketing, digitales et analytiques.

## Développement Durable et certifications internationales

Septembre 2019 - Janvier 2020 ( 4 mois )

Institut Supérieur de Gestion

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année Master Recherche en Marketing et Commerce International

Ce cours, destiné aux étudiants de 2<sup>e</sup> année Master Recherche en Marketing et Commerce International, explore les principes du développement durable et leur application dans un contexte global. Il aborde les standards et certifications internationales (ISO 14001, ISO 26000, SA8000, B Corp...), leur rôle dans la crédibilité des entreprises, la conformité réglementaire et la compétitivité sur les marchés internationaux.

La matière met l'accent sur l'intégration des dimensions environnementales, sociales et éthiques dans la stratégie d'entreprise, ainsi que sur l'analyse critique des démarches de certification et de reporting extra-financier.

L'objectif est de former des chercheurs capables d'évaluer, concevoir et recommander des pratiques durables certifiables, en alignement avec les exigences internationales et les enjeux du commerce global.

## Communication Marketing : Une perspective intégrée

Septembre 2018 - Présent ( 7 ans, 7 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année Master Recherche en marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 2<sup>e</sup> année Master Recherche en Marketing, explore l'évaluation et l'optimisation des stratégies de communication dans un environnement numérique. Il aborde l'analyse des messages publicitaires, des campagnes sur les réseaux sociaux, des sites web, des plateformes e-commerce et des outils de marketing digital, en intégrant les dimensions créatives, stratégiques et comportementales.

La matière met l'accent sur les méthodes d'évaluation de l'impact et de l'efficacité des actions de communication (KPIs, engagement, ROI, analytics) et sur l'adaptation des messages aux publics cibles dans un contexte digital en constante évolution.

L'objectif est de former des chercheurs capables de diagnostiquer, mesurer et proposer des améliorations pertinentes aux stratégies de communication marketing digitales, en vue d'optimiser l'efficacité et l'impact sur le consommateur.

## Marketing des Ressources humaines

Septembre 2017 - Septembre 2019 ( 2 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année LA GRH

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année en Gestion des Ressources Humaines (GRH), introduit les concepts fondamentaux du marketing et leur rôle dans la création de valeur pour l'entreprise. Il aborde l'analyse du marché, le comportement du consommateur, la segmentation-ciblage-positionnement (STP), ainsi que les éléments du marketing mix (produit, prix, distribution, communication).

La matière permet aux étudiants de comprendre la logique orientée marché et son impact sur la stratégie globale de l'organisation, tout en établissant des liens avec les pratiques de gestion des ressources humaines.

L'objectif est de fournir une base solide en marketing afin de mieux appréhender l'environnement concurrentiel et la coordination interfonctionnelle au sein de l'entreprise.

## Communication Marketing

Septembre 2017 - Janvier 2018 ( 4 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année Licence en Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence en Marketing, vise à maîtriser les fondements et les outils de la communication marketing dans un environnement concurrentiel et digitalisé. Il aborde la stratégie de communication, la définition des objectifs, le ciblage, le positionnement du message ainsi que le choix des supports (publicité, promotion, relations publiques, communication digitale).

La matière met l'accent sur la cohérence du mix communicationnel, la gestion de l'image de marque et l'évaluation de l'efficacité des actions de communication.

L'objectif est de permettre aux étudiants de concevoir et déployer une stratégie de communication intégrée, alignée sur la stratégie marketing globale de l'entreprise.

## De la vente/négociation au trade marketing

Septembre 2017 - Septembre 2019 ( 2 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année Licence en Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence en Marketing, vise à comprendre les stratégies et techniques permettant d'optimiser la collaboration entre industriels et distributeurs. Il aborde les enjeux de la négociation commerciale, la gestion des catégories (category management), le merchandising, la promotion des ventes et l'animation du point de vente.

La matière met l'accent sur la création de valeur conjointe au sein du canal de distribution, l'analyse des performances commerciales et l'intégration des outils digitaux dans la relation fournisseur-distributeur.

L'objectif est de permettre aux étudiants de concevoir et piloter une stratégie trade marketing efficace, alignée sur les objectifs de marque et les exigences des enseignes.

## Du développement durable au marketing responsable

Janvier 2017 - Janvier 2021 ( 4 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année Licence en Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence en Marketing, explore l'intégration des principes du développement durable dans la stratégie marketing des entreprises. Il aborde les concepts de marketing responsable, consommation éthique, produits durables, communication transparente et gestion de l'impact environnemental et social des activités commerciales.

La matière met l'accent sur la conception d'offres et de campagnes marketing respectueuses des consommateurs et de la planète, ainsi que sur les pratiques favorisant la fidélisation et la création de valeur durable.

L'objectif est de permettre aux étudiants de développer des stratégies marketing alignées avec les enjeux de durabilité, tout en renforçant la responsabilité sociale et environnementale des entreprises.

## Communication Marketing et négociation

Septembre 2015 - Présent ( 10 ans, 7 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année Master professionnel en Marketing Touristique

Ce cours, destiné aux étudiants de 2<sup>e</sup> année Master Professionnel en Marketing Touristique, examine les stratégies et outils de communication appliqués au secteur touristique dans un environnement digital. Il analyse les campagnes promotionnelles en ligne, la présence sur les réseaux sociaux, les sites web des destinations et plateformes de réservation, ainsi que les contenus numériques destinés à attirer et fidéliser les touristes.

La matière met l'accent sur l'évaluation de l'efficacité des actions de communication (engagement, visibilité, ROI digital) et sur l'adaptation des messages aux différents segments de clientèle touristique.

L'objectif est de former des professionnels capables de concevoir, analyser et optimiser des stratégies de communication digitale pour promouvoir des destinations et services touristiques de manière efficace et responsable.

## Marketing sensoriel

Septembre 2011 - Janvier 2014 ( 2 ans, 4 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année LA 3ème Année Marketing

Ce cours s'inscrit dans le prolongement des enseignements en comportement du consommateur et en marketing stratégique. Il vise à comprendre comment les stimuli sensoriels (visuels, sonores, olfactifs, tactiles et gustatifs) influencent la perception, l'émotion et la décision d'achat.

La matière explore les fondements théoriques du marketing expérientiel ainsi que les applications pratiques dans les secteurs du retail, du luxe, de l'hôtellerie et des services. Elle permet aux étudiants de concevoir une stratégie sensorielle cohérente avec le positionnement d'une marque et d'analyser l'impact de l'atmosphère commerciale sur l'expérience client.

L'objectif est de développer une approche marketing différenciante centrée sur l'expérience et la création de valeur perçue.

## Marketing international

Janvier 2010 - Janvier 2012 ( 2 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année Licence appliquée- Economie Financière Internationale

Ce cours initie les étudiants de 2<sup>e</sup> année Licence appliquée en Économie Financière aux fondamentaux du marketing dans un contexte international. Il analyse les spécificités des marchés étrangers, les stratégies d'entrée (exportation, joint-venture, filiale), ainsi que les politiques d'adaptation ou de standardisation du marketing mix à l'échelle mondiale.

La matière met également l'accent sur l'environnement économique, financier et culturel international, en soulignant les enjeux liés au risque pays, au taux de change et à la compétitivité internationale.

L'objectif est de permettre aux étudiants de comprendre les mécanismes de développement des entreprises sur les marchés internationaux et d'intégrer la dimension financière dans la prise de décision marketing.

## Principes du Marketing

Septembre 2009 - Septembre 2011 ( 2 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 1ère Année LF Gestion 1ère Année LA GRH

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence appliquée en Gestion des Ressources Humaines (GRH) et Licence Fondamentale en Gestion, présente les concepts fondamentaux du marketing et leur rôle dans la création de valeur pour l'entreprise. Il aborde l'analyse du marché, le comportement du consommateur, la segmentation-ciblage-positionnement (STP) et les principaux éléments du marketing mix (produit, prix, distribution, communication).

La matière permet aux étudiants de comprendre la logique orientée marché et son impact sur la stratégie globale de l'entreprise, tout en mettant en perspective les interactions entre marketing et gestion des ressources humaines ou financières.

L'objectif est de fournir une base solide en marketing pour appuyer la prise de décision et la coordination interfonctionnelle au sein de l'organisation.

## Gestion de la force de vente

Janvier 2009 - Mai 2012 ( 3 ans, 4 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Mahdia

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence en Marketing, vise à maîtriser les principes et outils de management de la force de vente dans un environnement concurrentiel. Il aborde l'organisation commerciale, le recrutement et la formation des vendeurs, la fixation des objectifs, les systèmes de rémunération et de motivation, ainsi que le contrôle et l'évaluation des performances.

Le cours traite également de la gestion de la relation client, de la négociation commerciale et de l'intégration des outils digitaux (CRM, suivi performances).

L'objectif est de permettre aux étudiants de concevoir et piloter une équipe commerciale performante, alignée sur la stratégie marketing de l'entreprise.

## Management de la qualité de service

Septembre 2008 - Septembre 2010 ( 2 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année licence appliquée Marketing touristique

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence appliquée en Marketing Touristique, vise à maîtriser les principes et outils de gestion de la qualité dans les services, en particulier dans les secteurs du tourisme, de l'hôtellerie et des loisirs. Il aborde les spécificités des services (intangibilité, simultanéité, variabilité), les modèles d'évaluation de la qualité perçue (ex. SERVQUAL), ainsi que les stratégies d'amélioration de la satisfaction et de la fidélisation des clients.

L'objectif est de permettre aux étudiants de concevoir, mesurer et optimiser l'expérience client afin de renforcer la compétitivité et l'image des destinations et entreprises touristiques.

## Marketing des services

Septembre 2005 - Janvier 2006 ( 4 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Mahdia

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année Techniques financières 2ème Année Techniques d'Assurance 2ème Année commerce électronique

Ce cours, destiné aux étudiants de 2<sup>e</sup> année en Commerce Électronique, Techniques d'Assurance et Techniques Financières, vise à comprendre les spécificités du marketing appliqué aux activités de services. Il aborde les caractéristiques des services (intangibilité, inséparabilité, variabilité, périssabilité), la gestion de la qualité perçue, la satisfaction et la fidélisation des clients.

La matière met l'accent sur le marketing relationnel, l'expérience client, la gestion de la confiance et l'importance du digital dans les services financiers et assurantiels.

L'objectif est de permettre aux étudiants de concevoir des stratégies adaptées aux entreprises de services, en intégrant les enjeux de compétitivité, de relation client et de performance durable.

## Environnement Commercial Tunisien

Septembre 2004 - Septembre 2006 ( 2 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Mahdia

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année commerce électronique

Ce cours, destiné aux étudiants de 2<sup>e</sup> année en Commerce Électronique, vise à analyser les composantes économiques, juridiques et institutionnelles qui structurent l'environnement commercial en Tunisie. Il étudie l'organisation du commerce intérieur et extérieur, le cadre réglementaire du e-commerce, le rôle des institutions d'appui, ainsi que les spécificités du tissu entrepreneurial tunisien.

Une attention particulière est portée aux opportunités et contraintes liées à la digitalisation du commerce, au cadre fiscal et aux enjeux de compétitivité.

L'objectif est de permettre aux étudiants de comprendre le contexte national dans lequel évoluent les entreprises et d'intégrer ces paramètres dans leurs décisions stratégiques et digitales.

## Etude de marché

Janvier 2004 - Mai 2006 ( 2 ans, 4 mois )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Mahdia

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année Commerce électronique

Ce cours, destiné aux étudiants de 2<sup>e</sup> année en Commerce Électronique, vise à maîtriser les méthodes et outils d'analyse du marché dans un environnement digital. Il aborde les étapes de la démarche d'étude : définition du problème, élaboration du plan d'étude, collecte des données (quantitatives et qualitatives), analyse et interprétation des résultats.

Une attention particulière est accordée aux spécificités du e-commerce : analyse des comportements en ligne, exploitation des données digitales (analytics), enquêtes web et veille concurrentielle.

L'objectif est de permettre aux étudiants de produire une étude de marché fiable afin d'éclairer la prise de décision stratégique dans un contexte numérique.

## Planification stratégique marketing

Janvier 2004 - Janvier 2006 ( 2 ans )

Faculté des sciences économiques et de gestion de Mahdia

**Filière(s) d'enseignement :** 3ème Année Marketing

Ce cours, destiné aux étudiants de 3<sup>e</sup> année Licence en Marketing, vise à approfondir la démarche stratégique appliquée au marketing. Il aborde l'analyse stratégique de l'environnement (macro et micro), le diagnostic interne et externe, les choix de segmentation-ciblage-positionnement, ainsi que les stratégies de croissance et d'avantage concurrentiel.

La matière met l'accent sur la cohérence entre vision stratégique, objectifs marketing et déploiement du marketing mix, dans une perspective de performance durable.

L'objectif est de permettre aux étudiants de formuler des décisions stratégiques pertinentes et de construire un plan marketing aligné sur les orientations globales de l'entreprise.

## Stratégie Marketing

Janvier 2004 - Janvier 2006 ( 2 ans )

faculté des sciences économiques et de gestion de Mahdia

**Filière(s) d'enseignement :** 2ème Année commerce électronique

Ce cours, destiné aux étudiants de 2<sup>e</sup> année en Commerce Électronique, présente les fondements de la stratégie marketing dans un environnement digitalisé et concurrentiel. Il aborde les étapes clés de la démarche stratégique : analyse du marché et du comportement du consommateur en ligne, segmentation–ciblage–positionnement (STP), analyse concurrentielle et choix d'avantage compétitif.

Une attention particulière est accordée aux spécificités du e-commerce (plateformes numériques, data marketing, parcours client digital, stratégie omnicanale).

L'objectif est de permettre aux étudiants de formuler et mettre en œuvre une stratégie marketing cohérente et performante adaptée aux marchés numériques.

## Formations

### **Attestation de participation à la formation « Maitriser le Reporting ESG :GRI, ISSB, SASB (IFRS S1 et S2) et ESRS pour une conformité 360° ,**

Février 2026 - Mars 2026

Key Consulting., Tunis

Cette formation a duré trois : le 12, 13 et 14 Février.

### **Certificat de formation « La scénarisation de cours en ligne »**

Novembre 2025 - Décembre 2025

IGTS ACADEMY, Tunis

La formation a duré une matinée (Environ 6h)

### **Certificat de formation « Psychology of success »**

Novembre 2025 - Décembre 2025

Excellentia Internationnal Institute., Centre 4C FSEG Nabeul

La formation a duré une matinée (Environ 4h)

### **Certificat pédagogique « Parcours Manager RSE selon ESG1000 »,**

Novembre 2025 - Janvier 2026

Global Ethix International et Key consulting., Tunis

Cette formation est certifiante et elle a duré 7 jours.

### **Formation sur l'analyse des études qualitatives (logiciels NVIVO et Netnographie)**

Novembre 2023 - Décembre 2023

Faculté des sciences économiques et de gestion de Nabeul centre 4C, Nabeul

La formation a duré une matinée (Environ 6h)

### **Formation sur les Méthodes d'Apprentissage de Kolb.**

Mai 2018 - Juin 2018

Biology Gold Academy., Tunis

La formation a duré une matinée (Environ 6h)

### **Conférence sur l'Intelligence émotionnelle.**

Mars 2018 - Mai 2018

Licorne Professional Academy., Tunis

La formation a duré une matinée (Environ 6h)

## Conférence sur les Techniques d'Enseignement Modernes.

Mai 2017 - Juin 2017

Licorne professionnel Academy, Tunis

## Expert en Création et Contrôle Qualité dans l'industrie Agro-alimentaire

Septembre 2000 - Mars 2001

MIDA-MATER-Formation, Tunis

## Stage

Septembre 2000 - Novembre 2000

Groupe industriel GIAS, Service Marketing, Tunis

## Stage

Juin 1997 - Juillet 1997

Agence BIAT Hammamet, Hammamet

## Stage

Juin 1994 - Juillet 1994

Agence de voyage Hammamet hôtel, Hammamet

## Activités de recherche

### **"Application du Modèle Interactif Concurrentiel Spatial Subjectif au contexte de la Grande Distribution", Publication internationale, Revue des Sciences de Gestion-Direction et Gestion des entreprises, (2012).**

"Application du Modèle Interactif Concurrentiel Spatial Subjectif au contexte de la Grande Distribution", Publication internationale, Revue des Sciences de Gestion-Direction et Gestion des entreprises, (2012).

## Encadrement

- Innovation Technologique Et Expérience Client : Cas Du Check-In Autonome A Centerstay Brussels, Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de master professionnel en Marketing Touristique, élaboré par Malek Nafoussi, 2024-2025.
- Le rôle du Community manager dans le secteur de la restauration : Cas du restaurant le Pilau, Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de master professionnel en Marketing Touristique, élaboré par Rania Douggi, 2024-2025.
- L'adoption d'une démarche CRM au sein d'un établissement hôtelier : Analyse diagnostique et perspectives d'amélioration pour l'Hôtel Le Sultan auprès de sa clientèle professionnelle. Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de master professionnel en Marketing Touristique, élaboré par Ghada Karaa, 2024-2025.
- Proposition des axes d'amélioration pour la mise en place d'une démarche RSE adaptée au secteur hôtelier Tunisien : Cas de l'hôtel Le Royal Hammamet, Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de master professionnel en Marketing Touristique, élaboré par Myriam Khaireddine, 2022-2023.

## Travaux de recherche

- Recherche dans le cadre de ma Thèse de Doctorat en Gestion, Spécialité Marketing, portant sur « **L'influence de la localisation géographique du consommateur sur son choix de fréquentation d'un point de vente alimentaire** », (2002), Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis El Manar.
- Recherche dans le cadre de mon Mémoire pour l'obtention du Diplôme d'Etudes Approfondies en Marketing, portant sur « **La Relation de Partenariat entre Industriels et Distributeurs** », (2001), Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis El Manar.
- Recherche dans le cadre de mon Mémoire pour l'obtention du Diplôme de Maitrise en Marketing, portant sur « **La Fidélisation de la clientèle** », (1999), Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis El Manar.

## Spécialités

Marketing



## Compétences

Word



Excell



PowerPoint



SPSS



## Langues

Français (Courant)



Arabe (Langue maternelle)



Italien (Courant)



Anglais (Intermédiaire)



## Loisirs

Musique

Sport

Yoga

Randonnées