

Curriculum Vitae



Ali HAMMOUTENE
Professeur d'enseignement supérieur

Ecole des Hautes Etudes Commerciales
Pôle universitaire de Koléa
Tipasa, Algérie

Email : a.hammoutene@hec.dz

Dernière mise à jour: 02/03/2018

I. ETUDES SUPERIEURES ET DIPLOMES

Mars 1995

Doctor of Philosophy (Ph.D.), Marketing & International Business.

Manchester School of Management, University of Manchester, Institute of Science and Technology (UMIST), Manchester, Grande Bretagne.

Juin 1986

Master of Science (M.Sc.) en Marketing et Commerce International Business.

Manchester School of Management, UMIST, Manchester, Grande Bretagne.

-

Septembre 1984

Postgraduate Diploma in Business Studies.

Manchester School of Management, UMIST, Manchester, Grande Bretagne.

Juin 1983

Cambridge First Certificate (Grade A).

Ecole de Langue, Stratford upon Avon School of English Studies, Stratford-upon-Avon, Grande Bretagne.

Juin 1982

Licence en Sciences Economiques (Option: Gestion, Major de promotion).

Institut des Sciences Economiques, Université d'Alger.

II. EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

Septembre 2006 à ce jour:

Professeur d'enseignement supérieur

Ecole des Hautes Etudes Commerciales

Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Ben Aknoun, Alger

Responsabilités:

- President du Comité de Formation Doctorale (2014-2017), Marketing et TIC, DLMD.
- Master 2eme année: Cours de Marketing stratégique.
- Encadrement Master et doctorat (DLMD + classique).
- Membre du Conseil d'administration d'HEC Alger (2016-2019).
- Membre du Conseil Scientifique d'HEC Alger (2013-2016).
- Membre du Comité Ad-Hoc: refonte des programmes, recherche et ouverture internationale d'HEC Alger.

- Recherches effectuées sur le marketing relationnel dans le secteur export (Dubai, 2004, Canada-USA, 2010) et processus d'internationalisation des entreprises Algériennes (2009-10).

Septembre 2001 - Juin 2005:

Professeur Assistant
 Université de Sharjah
 Collège de Business et Management
 Sharjah, Emirats Arabes Unis

Responsabilités:

- Modules enseignés: Fondements du Marketing, Etudes et Recherche Marketing, Etudes de Cas Marketing, Communication d'Entreprise et Commerce International
- Communication d'Entreprise, module niveau MBA Exécutif, Université de Sharjah
- Encadrement d'étudiants de MBA Exécutif à l'Université de Sharjah (mémoires de fin d'études)
- Examineur et membre de jury de soutenances, MBA Exécutif, Université de Sharjah
- Membre du Comité dirigeant du Centre de Carrière, Université de Sharjah
- Président du Comité des Programmes, Département de Business, Université de Sharjah

Septembre 1995 - Août 2001

Directeur Marketing
 EU-ASEAN Management Centre (EAMC)
 Brunei, Asie du Sud Est

Responsabilités:

- Publicité, promotion and relations publiques
- Lancement de programmes de sponsoring des activités d'EAMC
- Coordination de programmes (Conférences, séminaires et ateliers)
- Supervision and mise à jour du site Web d'EAMC
- Vérification et mises à jour de la base de données
- Coordinateur du programme de recherche à EAMC
- Coordinateur du programme de compilation d'études de cas à EAMC
- Editeur de la Newsletter d'EAMC
- Coordinateur du programme ASEAN-Europe Chair (Prof. Fred Burton, UMIST, GB)
- Organisateur de la table ronde sur le BIMP-EAGA en 1997
- Secrétariat du Conseil d'Administration de l'AEMC (Jakarta 1997, Kuala Lumpur 1998).

- Lancement et construction d'un réseau d'institutions partenaires a travers les pays de l'ASEAN (Singapour, Malaisie, Indonésie, Philippines, Thaïlande et Vietnam)
- Etablissement de projets de coopération avec les institutions Européennes en ASEAN (Chambre de Commerce Européennes aux Philippines, Centre Européen d'Affaires et d'Information en Malaisie)
- Consultant Marketing des petites et moyennes entreprises (PME) au Centre de Ressources, Ministère de l'Industrie, Brunei.
- Mise en œuvre d'un projet de recherche, en 1997/98, en collaboration avec le professeur Raymond Loveridge, Said Business School, Oxford, Grande Bretagne.

Octobre 1989- Juin 1993

Consultant Senior
 Laboratoire Marketing et Commerce International
 Institut Supérieur de Gestion et de Planification
 Bordj-El-Kiffan, Alger

Responsabilités:

- Consultant Senior au sein du laboratoire de Marketing et de Commerce International.
- Formation de cadres d'entreprises, banques des secteurs publics et privés en Algerie.
- Contribution aux discussions et a la preparation du Code des Investissement en collaboration avec le Ministere de l'Industrie.

Octobre 1988 - Juin 1993

Maitre assistant
 Institut des Sciences Economiques
 Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou
 Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
 Hasnaoua, Tizi Ouzou

Responsabilités:

- Cours de theorie de la firme et environnement international, niveau premiere annee de Magistere
- Cours d'Economie Industrielle, deuxieme annee de Licence en Sces Economiques
- Cours d'Economie de l'Entreprise, quatrieme annee de Licence en Sces Economiques
- Series de conferences sur le theme Economie et Fiances Internationales

III. FORMATIONS MASTER + MBA

Communication d'Entreprise (2001-2005), Master of Business Administration, Université de Sharjah, Programme EMBA, Emirats Arabes Unis. Audience: Cadres d'entreprises des secteurs publics et privés. Secteurs d'activités: Hydrocarbures, Commerce, Santé, Services, Engineering et Informatique. Régions: Dubai-Abou Dhabi-Sharjah.

Marketing a l'Export (7-9 mai 2006), **Marketing Stratégique** (3-5 novembre 2008), Master 2, Marketing des Services, **Fondements du Marketing** (2010, 2011 et 2012), Master 1 + 2 promotions d'ingénieurs, Ecole Supérieure Algérienne des Affaires (ESAA), Alger.

Conférences sur les thèmes: "*L'orientation marketing de l'entreprise moderne*" (Mai 2009), "*La business research aujourd'hui*" (Avril 2010), "*Les qualités d'un bon directeur marketing: Expérience Sud-est Asiatique*" (Avril 2012) et «*Réussir a l'international*» HEC, Alger.

Formation managériale: Marketing and sales / Marketing research / International marketing (octobre 2012 à ce jour), Master of Business Administration, Institut Algero-Américain (IMAA), Sidi Yahia, Alger.

Séance d'accompagnement ou coaching: des enseignantes nouvellement recrutées, «*Rôle et fonction de la recherche scientifique*» + «*Relations Université – Entreprise* », Mardi 27 mars 2018, Salle #25, HEC Alger.

IV. PUBLICATIONS NATIONALES ET INTERNATIONALES

- 2016 Hammoutene A. & Zanoun A. *“Purchasing marketing in the oil and gas industry: The case of SONATRACH joint ventures”*, The Commercial Sciences Review, HEC Algiers, Number 21, June, Algiers, Algeria.
- 2015 Hammoutene A. & Doudiene L. *«L’accompagnement des PME a l’international: Analyse comparative des dispositifs d’UBIFRANCE et d’ALGEX»*, Revue des Sciences Commerciales, HEC Alger, numéro 20, Juin.
- 2013 Heroux L. Hammoutene A. & Hattou F. *“Relationship Marketing in the Export Sectors: A Comparative Analysis of Dubai and US/Canada Studies”*, The 21st International Conference of Relationship Marketing (ICRM), Ecole Supérieure de Commerce de Rennes, France, September 16-18.
- 2013 Hammoutene A. & Teffahi L. *“La contribution du marketing direct a l’amélioration de la qualité de service: Cas DHL Express Algérie”*, Revue des sciences commerciales, numéro 16, HEC Alger, pp. 33-50.
- 2012 Heroux, L. & Hammoutène, A. *«Relationship Marketing in the American and Canadian Export Sectors: A Matter of Trust»*, The Journal of American Academy of Business Cambridge (JAABC), Volume 18, Number 1, September (ISSN 1540-1200).
- 2011 Hammoutene, A. & Hattou, F., *“L’influence de la publicité télévisée sur le comportement d’achat de l’enfant”*, La Revue des Sciences Commerciales, Ecole HEC Alger; numéro 12, juin (ISSN 1112-3818).
- 2010 Hammoutène, A., *«International Joint Ventures in Algeria: Factors in their Success and Failure»*, The Commercial Sciences Review, National Institute of Commerce, Number 10, July, Algiers, Algeria.
- 2009 Hammoutène, A. & Djeddidi, A. *«Les Associations à l’Image de Marque dans le Secteur de la Téléphonie Mobile en Algérie»*, La Revue des Sciences Commerciales, Institut National de Commerce (INC), Numéro 9, juillet.
- 2008 Hammoutene, A. *“The Marketing Orientation of the Modern Firm”*, The Commercial Sciences Review, National Institute of Commerce, Number 8, July 2008, Algiers, Algeria.
- 2004 Hammoutene, A., *“Relationship Marketing in Pure Versus Hybrid Export Firms: The Case of Dubai’s Jebel Ali Free Trade Zone”*, Refereed Paper,

Australia New Zealand Marketing Academy Conference (ANZMAC 2004), Marketing Accountabilities and Responsibilities, Wellington, New Zealand, 29 November-1st December (ISBN: 0-475-12214-3).

- 2004 Hammoutene, A., ***“Relationship Marketing in the Export Sector: Empirical Evidence from Dubai’s Jebel Ali Free Trade Zone”***, The Journal of American Academy of Business, Cambridge, Vol. 5, Number 1, September (ISSN 1540-1200).
- 2003 Hammoutene, A, Mehailia, A. & Deemas, W.R., ***“Customer Satisfaction in the Retail Sector: The Case of Sharjah Cooperative Society”***, International Management Development Association (IMDA), 12ème Congres annuel mondial, Vancouver, Canada, 25-29 juin (ISBN: 1-888624-02-7).
- 2002 Hammoutene, A., ***International Joint Ventures in a Diversifying Economy: A Case Study of Dubai Internet City***, Refereed Paper, Conference Proceedings, International Management Development Association (IMDA), Eleventh Annual World Business Congress, Antalya, Turkey, 10-14 July.
- 1999 Hammoutene, A. and Loveridge, R., ***The Role of ASEAN Affiliate within European Owned Multinational Enterprises***, refereed Paper presented at the 1999 Annual Conference of the Academy of International Business Southeast Asia Region (AIBSEAR), Windsor Hotel, Melbourne, Australia (ISBN 0-7326-2075-9).
- 1996 Hammoutene, A. and Burton, F.N., ***Factors in the Success and Failure of International Joint Ventures: The Algerian Experience***, paper presented at the 21st European International Business Academy (EIBA) Annual Conference in Urbino, Italy, December.
- 1993 Hammoutene, A. and Bourenane, L., ***Partenariat et Investissement en Algérie***, Institut de Gestion et de Planification (ISGP), Bordj-El-Kiffan, Algiers, Algeria, May.
- 1991 Hammoutene, A. and Burton, F.N., ***The Management Contract as a Mode of Industrial Co-operation***, in Paliwoda, S.J. (Ed.) *New Perspectives in International Marketing*, Routledge, London and New York.
- 1987 Hammoutene, A. and Burton, F.N. ***Management Contracts and International Competition***, Paper presented at the Academy of International Business Conference, UK Chapter, University of Lancaster, Lancaster, UK, April.

V. ASSOCIATIONS ACADEMIQUES ET PROFESSIONNELLES

- The Academy of International Business (AIB)
- The American Marketing Association (AMA)
- Reviewer at The Algerian Scientific Journal Platform (www.asjp.cerist.dz)
- Reviewer at Revue d'Economie et de Gestion, Université Abderrahmane Mira de Bejaia

VI. APTITUDES DIVERSES

<i>Langues</i>	Arabe, Kabyle, Anglais, Français et un peu de Malais.
<i>Informatique</i>	Microsoft Word, Excel, Powerpoint, SPSS and applications Internet
<i>Autres activités</i>	Natation, jogging, voyages, « <i>surfing the net</i> » et pêche.

FIN