

CURRICULUM VITAE

Nom & Prénom : ALLIOUCHE-LARADI Bahia

Grade : Professeure

Établissement : EHEC d'Alger

Département : Marketing

Spécialité : Marketing



🔑 Coordonnées

- **Adresse professionnelle :** EHEC, Pole universitaire de Koléa, Alger
- **Email professionnel :** b.laradi@hec.dz
- **Lien Research Gate :**
- https://www.researchgate.net/profile/Laradi-Bahia?ev=hdr_xprf
- **Lien Google Scholar :**
- https://scholar.google.com/scholar?hl=fr&as_sdt=0%2C5&q=laradi+alliouche+ba<hia&btnG=
- **Liens ORCID :** <https://orcid.org/0000-0003-1477-8940>

🎓 Profil professionnel

Professeure en sciences commerciales à l'École des Hautes Études Commerciales (EHEC) et spécialisée en marketing, communication et marketing digital, je totalise une expérience de plus de 26 ans dans l'enseignement supérieur et la formation continue supérieure. Ayant assuré l'enseignement de nombreux modules en licence, master, post-graduation spécialisée et doctorat, j'active également dans la recherche scientifique et l'encadrement de doctorants.

🎓 Formation académique

Diplôme	Spécialité	Établissement	Année
Doctorat ès sciences	En sciences économiques. Thème : « Le marketing des services appliqué au secteur bancaire »	Faculté des sciences économiques, des sciences commerciales et des sciences de gestion d'Alger 3	2011
Magister	En planification. Thème : « Le marketing pharmaceutique »	Faculté des sciences économiques et de gestion d'Alger	2000
Licence en sciences commerciales	En commerce international, thème : « L'analyse du processus d'achat du sucre »	Institut national de commerce d'Alger (INC)	1992

Modules enseignés

Les modules principaux enseignés :

- Marketing digital, Marketing des services, Marketing BtoB;
 - Marketing 2.0 et ses leviers, Qualité de service et système de servuction;
 - Communication marketing e, Merchandising et Étude de cas en marketing;
 - Gestion des ventes et distribution, et comportement du consommateur.
-

Activité pédagogique

- Nombre de mémoires de **Master** encadrés : 65 mémoires
 - Nombre de **thèses de Doctorat** encadrées : 12 thèses de doctorats soutenues
 - Polycopiés/Supports pédagogiques produits :
 - 1) Publication d'un ouvrage sur « le marketing des services » à l'OPU, ISBN : 978.9961.0.1994.8, Alger 2017.
 - 2) Polycopié sur le marketing fondamental
 - 3) Polycopié sur le comportement du consommateur
 - 4) Polycopié sur la communication marketing
-

Responsabilités académiques

- Responsable de la filière marketing de 2013 à 2016.
- Responsable de la spécialité marketing management, depuis 2023 à ce jour.
- Responsable de la PGS marketing digital de 2019 à 2022.

Activité de recherche

- **Laboratoire de rattachement** : Permanan
- **Équipe de recherche** : performance, entrepreneuriat et développement durable.
- **Responsable du projet de recherche** CNEPRU, N° M04220140085 : « Les technologies de l'information et de la communication (TIC) et leurs impacts sur la performance commerciale des banques algériennes », 2015-2018.
- **Membre du projet** PRFU, N° F02N01ES160120190002: «L'innovation et compétitivité des entreprises algériennes », 2019-2022.
- **Participation à une journée** d'études organisée par le réseau Maghtech de l'université de Lille 1 : « L'évolution du web et son impact sur le marketing bancaire cas des banques algériennes » 2017.
- **Organisatrice d'une journée d'étude** : « Innovation et services en Algérie » et communiqué sur : « La banque 2.0, quelles perspectives pour les banques publiques algériennes » 2016.

Publications scientifiques principales récentes

1. Evolution du web 2.0 et son impact sur l'expérience touristique- Cas du secteur du tourisme algérien- revue de l'entreprise de la faculté des sciences économiques, des sciences commerciales et des sciences de gestion , Alger 3, volume 12, n° 01, **Juillet 2023**.
2. Publication d'un chapitre « Le pôle de compétitivité comme collaborateur entrepreneurial» dans l'ouvrage collectif : « L'Entrepreneuriat : Sensibilisation, Apprentissages et Expériences en Algérie ». Édité par le laboratoire de recherche Permanan, en **Mai 2023**, ISBN : 978-9931-9630-1-1.
3. Les Néobanques, quel avenir en Algérie, Journal of economic sciences institute- Alger 3- **juin 2022**.
4. The moderating role of uncertainty avoidance in the relationship between services quality and customers satisfaction, Al-riyada for Business Economics Journal, université Hassiba BENBOUALI, Chlef/Vol 07-N°01, **janvier.2021**.
5. La stratégie de contenu digital pour susciter la participation d'une communauté de marque en ligne" Exploration netnographique, Revue des sciences sociales et humaines, Université de Batna, volume 21, N° 2, **déc.2020**, univ.batna.dz.

Participation aux instances

- **Conseil scientifique de l'établissement** : membre de 2021 à 2023.
 - **Conseil scientifique du département** : membre de 2013-2016, 2016-2019, 2019-2021 et 2023 à ce jour.
 - **Comité de formation doctorale** : membre du comité de la formation doctorale de la filière « marketing et TIC » de l'EHEC de 2014 à 2018.
 - **Comité d'éthique de l'établissement** : membre 2021.
-

Compétences et domaines d'expertise

- **Langues** : Français, arabe et anglais niveau B1.
 - **Outils numériques** : Moodle, Google Meet, Zoom, PowerPoint, Excel.
-

Date et signature

Fait à : Alger, le : 30/05/2025.

Signature


