

CURRICULUM VITAE

Nom & Prénom : GHIDOUCHE Faouzi

Grade : Professeur

Établissement : EHEC

Département : Marketing

Spécialité : Distribution, Marketing

Coordonnées

- **Adresse professionnelle :** Pôle universitaire de KOLÉA - 42000
 - **Email professionnel:** f.ghidouche@hec.dz
 - **Lien ResearchGate :**
https://www.researchgate.net/profile/Faouzi-Ghidouche-2?ev=hdr_xprf
 - **Lien Google Scholar :**
<https://scholar.google.com/citations?hl=fr&user=49yFmGQAAAAJ>
 - **Lien ORCID:**
<https://orcid.org/0000-0002-3638-4056>
 - **Lien WOS :**
Web of Science ResearcherIDAAE-5008-2019
 - **Lien Scopus :**
<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211331956>
-

Profil professionnel

Faouzi GHIDOUCHE est professeur et ancien directeur à l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales. Il a développé et piloté deux masters académiques Distribution de commerce connecté, Supply Chain Management. Il est membre du groupe de recherche "Distribution dans les marchés émergents" de l'Association Française de Marketing. Ses recherches portent sur la distribution et le marketing touristique. Ses travaux ont été présentés dans plusieurs manifestations scientifiques internationales (*RESER*, *INTI*, *IPBA*, *JRMPA*, *CIST*...). Il est l'auteur de chapitres d'ouvrages et d'articles scientifiques dans des revues scientifiques internationales.

Formation académique

2018 : Qualification au grade de Professeur en sciences commerciales, (40ème CUN].
Août 2018.

2013 : Habilitation à Diriger des Recherches (HDR) en Sciences Commerciales – Ecole des Hautes Etudes Commerciales-. Soutenue le 06 Mars 2013.

2006-2011 : Doctorat en Sciences Commerciales -Ecole des Hautes Etudes Commerciales-. Soutenue le 22 Octobre 2011 avec la mention : Très Honorable.

1998-2001 : Magister en Sciences commerciales (option : Management Commercial) – Institut National de Commerce-. Soutenu le 02 Juin 2001 avec la mention : Très Honorable.



Modules enseignés

Analyse de données, Analyse de données sur SPSS, Marketing Analytics, Gestion des stocks, Merchandising Promotion des ventes, Mathématique Financières, Trade Marketing, Gestion des ventes



Activité pédagogique



Activité de recherche

- Laboratoire de rattachement : .Marketic
- Équipe de recherche : Médias Sociaux et territoires
- Projets de recherche :
Membre du projet CNEPRU : « Enquête sur le développement des supérettes dans l'aire métropolitaine algéroise : Approche prospective et analyse sectorielle ». 2013-2015
- Chef de Projet PRFU : « Innovation, Médias sociaux et territoires ». 2018- 2022



Publications scientifiques principales récentes (5 dernières années)

1. Ait Chalal Y., Aït Yahia Ghidouche K. Ghidouche F. “Event city congruence and behavioural intentions: insights from the Oran 2022 Mediterranean games”. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events. Taylor and Francis, 2024. <https://doi-org.scd-proxy.univ-brest.fr/10.1080/19407963.2024.2369072>.
2. Ghidouche, F., Nechoud, L., & Aït-Yahia Ghidouche, K. “The influence of local gastronomy on tourist behavioral intentions.” Book chapter In Eating Together in the Twenty-first Century : Social Challenges, Community Values, Individual Wellbeing. Routledge Taylor & Francis, 2023 <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003373896-12/influenc>

3. Saidani, A., Nechoud, L., Ghidouche, F., Ghidouche Ait-Yahia, K., « serial mediation of perceived usefulness and ewom adoption in virtual communities and the moderating effect of gender, *Tourism and Hospitality Management*, 29(1), 87-102, 2023. <https://hrcak.srce.hr/file/429262>
4. Y. Aït Chalal, S. Djedi, F. Ghidouche, K. Ait yahia, "How Children Experience Major Sports Events: Narratives of the Mediterranean Games Oran, Algeria 2022" in *Events Management for the Infant and Youth Market – Emerald*. 2023. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-80455-690-020231011/full/html>
5. K. Ghidouche Aït-Yahia, F. Ghidouche Les grandes enseignes étatiques de distribution : une spécificité algérienne, chapitre d'ouvrage : *Commerce et distribution dans les pays du Maghreb Acteurs, enjeux et stratégies*, 2021. <https://presses-universitaires.univ-amu.fr/commerce-distribution-pays-du-magheb>
6. Benbrika, G and Ghidouche, F. (2022). Le marketing territorial participatif : approche synthétisée d'une participation citoyenne aux projets de développement local Etude de cas de dix (10) communes de la wilaya de Tizi Ouzou (Algérie). *International Journal of Economic Performance*, Vol. 4, N° 2, pp.303-319. (hal-03453933)
7. Nechoud, L., Ghidouche, F. and Seraphin, H. (2021). The Influence of eWOM Credibility on Visit Intention: An Integrative Moderated Mediation Model, *Journal of Tourism, Heritage Services Marketing*, Vol. 7, N° 1, pp. 54-63, 2021, <https://doi.org/10.5281/zenodo.4521314>
8. K. Ghidouche Aït-Yahia, F. Ghidouche, "Achieving sustainable development goals through agritourism in Algeria", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2021. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/WHATT-08-2020-0092/full/html>
9. K. Ghidouche Aït-Yahia, F. Ghidouche, "Good holidays in children's voice and drawing" - *Children in Hospitality and Tourism Marketing and Managing Experiences* - Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2020. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110648416-006/html>
10. K. Ghidouche Aït-Yahia, F. Ghidouche, M. Abdelbaki, "Perceived Value Effect of "Deglet Nour" Label on Perceived Quality and the Moderating Effect of Credibility and Nationality" - *Branding and Labeling in the Digital and Artificial Intelligence Era* -2020. <https://novapublishers.com/shop/branding-and-labeling-in-the-digital-and-artificial-intelligence-era/>

11. K. Ghidouche Aït-Yahia, F. Ghidouche, "Community-Based Ecotourism for preventing overtourism and tourismophobia: Algerian Associations' Cross views" - Worldwide Hospitality and Tourism Themes (Academic journal guide – rank 01) – October 2019.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/WHATT-06-2019-0035/full/html>
 12. K. Ghidouche Aït-Yahia, F. Ghidouche, G. N'Goala, "Smart city of Algiers, Africa: defining its context" – Book Chapter – in Smart City Emergence, Cases From Around the World – Elsevier – juin 2019.
<https://www.elsevier.com/books/smart-city-emergence/anthopoulos/978-0-12-816169-2>
-

Participation aux instances

- Directeur par intérim 2019 EHEC Alger
- Directeur Adjoint chargé des Relations Extérieures et de la Formation Continue Du 05 Décembre 2017 à Mai 2019. EHEC Alger
- Directeur Adjoint par intérim chargé des études en graduation et des diplômes Mars 2016 à Novembre 2016 EHEC Alger
- Chef de département des sciences commerciales Octobre 2013 à Juin 2015 EHEC Alger
- Membre élu du conseil d'administration. Depuis Avril 2016 EHEC Alger
- Membre du Comité de formation doctorale Sciences Commerciales 2019-2020 EHEC Alger
- Président du Comité de formation doctorale Sciences Commerciales 2018-2019 EHEC Alger
- Membre du Comité de formation doctorale Gouvernance, Entrepreneuriat et affaires internationales 2017-2018 EHEC Alger
- Membre du Comité de formation doctorale Gouvernance des PME 2016-2017 EHEC Alger
- Membre du conseil scientifique Octobre 2013 à Juin 2015 Mars 2016 à Novembre 2016 Décembre 2017 à Août 2019 EHEC Alger

- Responsable de la filière « Distribution et Supply Chain Management » Mars 2013 à Octobre 2013 Département marketing, EHEC Koléa
-

Axes de recherche et compétences

Principaux Axes de recherche

La Grande distribution en Algérie

Le marketing touristique

Le marketing territorial

Langues

Arabe : Excellente Maîtrise

Français : Excellente Maîtrise

Anglais : Niveau intermédiaire

Informatique (Logiciels)

Excellente maîtrise du Pack Office Windows (Word, Excel, Powerpoint).

Excellente Maîtrise des logiciels d'analyse de données (SPSS, AMOS, XLSTAT et Smart PLS)

Maîtrise du logiciel libre R [FactoMineR].