



YOUSRA HALLEM

Département de rattachement:

Email: yhallem@inseec.com

Rang académique : Associate Professor

Pays de nationalité : FRANCE

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles classés

HALLEM, Y., I. BEN NASR, I. ABAIDI, L. HIKKEROVA, "Impact de l'expérience du site web et sur la confiance dans la marque : Rôle central de l'imagerie mentale", *Gestion* 2000, 2023, vol. 40, no. 1, pp. 139-164 (FNEGE :3)

HALLEM, Y., I. ABBES, L. HIKKEROVA, "L'identification des profils créatifs sur les communautés virtuelles purement sociales : clef de succès de l'innovation utilisateur" à paraître *Management International* (FNEGE :2),

HALLEM, Y., I. ABBES, L. HIKKEROVA, "A trust model for collaborative redistribution platforms:A platform design issue", *Technological Forecasting and Social Change*, 2021, vol. 170 (ABDC :A, FNEGE :2, CNRS :2, ABS :3)

MOUELHI, N., I. ABBES, Y. HALLEM, "Les facteurs d'adoption des courses ordinaires en ligne : le cas «Founa»", *Recherche et Cas en Sciences de Gestion*, 2021

HALLEM, Y., I. ABBES, N. MOUELHI, "Founa: faire la course (running) ou faire ses courses?", *Recherches en Sciences de Gestion - Management Sciences - Ciencias de Gestión*, 2021, vol. 2, pp. 57-74 (FNEGE 4)

HALLEM, Y., I. ABBES, N. MOUELHI, "Les facteurs d'adoption des courses ordinaires en ligne", *Recherches en Sciences de Gestion - Management Sciences - Ciencias de Gestión*, 2021, vol. 2, pp. 17-39 (FNEGE 4)

HALLEM, Y., F. TEULON, W. BEN ARFI, "Étude exploratoire sur le comportement à l'égard de la consommation collaborative digitalisée", *Gestion* 2000, 2020, vol. 37, no. 5, pp. 141-156 (FNEGE 4)

ABBES, I., A. TENESSEK, Y. HALLEM, L. HIKKEROVA, "Le rôle de la technologie dans les expériences de coproduction de service : une lecture sociale de la valeur perçue", *Management International*, 2021 (FNEGE :2, CNRS :3)

HALLEM, Y., I. ABBES, L. HIKKEROVA, "Improving the legitimacy of proximity mobile payment: the contributions of Neo-Institutional Theory", *Management International*, 2021, vol. 25, no. 6, pp. 245-263 (FNEGE :2, CNRS :3)

HALLEM, Y., J.-M. SAHUT, L. HIKKEROVA, "Le « Slow tourisme » comme voie pour améliorer le sentiment de bien-être", *Gestion* 2000, 2020, vol. 27, no. 3, pp. 129-147 (FNEGE 4)

HALLEM, Y., S. DEKHILI, "An examination of the relationship between co-creation and well-being: an application in the case of tourism", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2020, vol. 37, no. 1, pp. 33-47 (ABDC : A, FNEGE 3)

Etudes de cas publiées

HALLEM, Y., W. BEN ARFI, F. AUBRUN - "VOISIN : Comment renforcer les engagements éthiques et durables d'une marque" - 2023, Lyon, France

AUBRUN, F., Y. HALLEM, W. BEN ARFI - "VOISIN : La stratégie digitale d'un chocolatier renommé"

Chapitres d'ouvrage

HALLEM, Y., S. DEKHILI - "Co-creation facets and their impact on tourist well-being: an empirical study in the French context, book chapter in Brand Co-creation Tourism Research: Contemporary Issues and Challenges, Apple Academic Press, Taylor and Francis Group" - **2022**, *Taylor and Francis* Primé en 2022.

Articles de valorisation

HALLEM, Y. - "La crise n'a pas levé toutes les réticences sur les paiements mobiles sans contact" - 2022, *The CONVERSATION*

HALLEM, Y. - "Leboncoin, Craigslist, Vinted... comment les plates-formes du marché de l'occasion peuvent-elles renforcer la confiance ?" - 2021, *The CONVERSATION*

HALLEM, Y., "Les jeunes ont-ils vraiment honte de prendre l'avion ?", *Les echos*, 2021