

Colloque

« L'internationalisation des services, une perspective euro-méditerranéenne », à la faculté de management de l'USJ

La faculté de gestion et de management de l'Université Saint-Joseph a organisé les 6 et 7 mai 2016, en collaboration avec l'Institut d'administration des entreprises (IAE) de l'Université François Rabelais de Tours, un colloque intitulé « L'internationalisation des services, une perspective euro-méditerranéenne », et ce à l'occasion des dix ans du master marketing des services élaboré en partenariat entre les deux universités.

Le colloque a été inauguré par le Pr Salim Daccache s.j., recteur de l'USJ, qui a insisté sur l'importance de ce partenariat et la valeur ajoutée qu'il a donnée au cursus, aux étudiants, et à l'USJ en général, ainsi que par Alain Hakim, ministre de l'Économie et du Commerce, qui a mis l'accent sur l'importance de cette thématique aujourd'hui et sur le rôle pertinent que joue le secteur des services dans l'économie libanaise.

La séance inaugurale a été ponctuée par des interventions du Pr Tony Gibeil, doyen de la faculté de gestion et de management, Stéphane Bourliataux-Lajoinie, directeur du master marketing des services parcours international et ancien directeur de l'IAE de Tours, Véronique des Garets, présidente du CNU (Conseil national des universités) et directrice du Laboratoire de recherche Vallorem, du Pr Patricia



Michel Bou Abboud, directeur du siège social d'Air France à Paris, intervenant au colloque.

Photo Michel Sayegh

Coutelle, directrice de l'IAE de l'Université François Rabelais de Tours, du Pr Franck Brilllet, ancien directeur de l'IAE de Tours et professeur à Paris 2 Panthéon-Assas - Ciffop - Sorbonne Universités, et enfin de Carole Doueiry Verne, coordinatrice du master marketing des services de la faculté de gestion et de management de l'USJ en partenariat avec l'IAE de Tours.

Parmi les thèmes examinés, la relation client et réac-

tions des consommateurs lors de l'introduction des SST (Self-Services Technologies) dans les services, musique en ligne et téléchargement, analyse des comportements par la valeur perçue, relations entre croissance économique, économie des services et taux d'ouverture commerciale : l'exemple des pays de la région Mena, influence de la chute des prix du pétrole sur les secteurs de l'énergie et du transport au Liban, promesses et défis de l'économie

collaborative, etc.

L'événement a été également marqué par l'accueil des anciennes promotions du master marketing des services et une table ronde présidée par Michel Bou Abboud, directeur du siège social d'Air France à Paris (pricing manager Air France & KLM) et à laquelle ont participé conjointement certains anciens du master, des étudiants de la promotion actuelle et des directeurs dans le domaine des services.