

Colloque « L'internationalisation des services, une perspective Euro-méditerranéenne. »

La Faculté de gestion et de management de l'Université Saint-Joseph de Beyrouth 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 Révérend Père Salim Daccache s.j., Recteur de l'USJ, qui a insisté sur l'importance de ce partenariat et la valeur ajoutée qu'il a donné au cursus, aux étudiants, et à l'USJ en général, ainsi que par SEM 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 comporté les interventions du Professeur Tony Gibeily, Doyen de la Faculté de gestion et de management, de M. Stéphane Bourliataux-Lajoinie, Directeur du Master Marketing des Services parcours international et ancien Directeur de l'IAE de Tours, du Pr Véronique Des Garets, Présidente du CNU (Conseil National des Universités) et Directrice du Laboratoire de recherche VALLOREM, du Pr Patricia Coutelle, Directrice de l'IAE de l'Université François Rabelais de Tours, du Pr Franck Brillet, Ancien Directeur de l'IAE de Tours et Professeur à Paris 2 Panthéon-Assas - CIFFOP - Sorbonne Universités, et enfin du Pr Associé 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.

Le colloque a comporté plusieurs sessions animées par les professeurs des deux universités autour des thèmes variés notamment la relation client et réactions 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 d'énergie et du transport au Liban, promesses et défis de l'économie collaborative, etc...

Puis à 17h a eu lieu l'accueil des anciennes promotions du Master Marketing des Services et une table ronde présidée par Mr Michel Bou Abboud, Directeur au 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.

La première journée a été clôturée ainsi par un vin d'honneur. Quant à la deuxième journée, elle a été consacrée à un atelier doctoral animé par les professeurs de l'Université François Rabelais de Tours et Paris 2 Sorbonne.