

Molka ABBES

Professor
Marketing Department
Email : molka.abbes@reims-ms.fr

Education - 2003, Doctorat, Sciences de gestion, Université de Paris II - Panthéon-Assas, Paris, France

La relation de confiance entre consommateurs et distributeurs : proposition d'un cadre conceptuel et application à la distribution spécialisée des produits d'hygiène/beauté, sous la direction de HETZEL Patrick

Teaching Areas at RMS - Marketing
- Research Methodology

Teaching Languages - English
- French
- Arabic

Main courses taught at RMS - Marketing trends, CESEM 2
- Préparation major marketing, TEMA 3
- Management des services et CRM, TEMA 4
- Méthodologie par la recherche, TEMA 4
- Mémoire de master, TEMA 5
- Marketing opérationnel, Sup de Co Cycle Bachelor
- Sensorial design, Sup de Co Cycle Bachelor
- Marketing trends, Sup de Co Cycle Bachelor
- Créativité entrepreneuriale, Sup de Co Cycle Master

Course Coordination at RMS - Méthodologie par la recherche, TEMA 4
- Mémoire de master, TEMA 5
- Marketing opérationnel, Sup de Co Cycle Bachelor

A. RESEARCH ACTIVITY

Areas of research - Trust in customer-store relationships, trust in online interactions
- Experiential and Sensorial Marketing

Membership of Scientific Organizations

- Since 2006, Member of the ATM (Association Tunisienne de Marketing)
- Since 2006, Member of the ATSG (Association Tunisienne des Sciences de Gestion)
- Since 2003, Member of the AFM (Association Française de Marketing)
- Since 2003, Member of the CREDO (Centre de Ressources pour le Développement des Organisations)
- 2011, Member of AMS (Academy of Marketing Science)

Research Programs Participation

- Since 2010, Member of RMS 'CMAC' research centre (Customer MAnagement Center)

Research Laboratories Participation

- Since 2008, Member of EMSA (Ecole de Marketing Sorbonne-Assas), Universités de Paris I et II, France
- Since 2001, Member of LARGEPA (Laboratoire de recherche en sciences de gestion Panthéon-Assas), Université de Paris II - Panthéon-Assas, France

Editorial Participation and Scientific Reviewing

- Since 2009, Member of the editorial board and reviewer for 'Innovative Marketing'
- Since 2009, Reviewer for AFM (Association Française de Marketing)
- 2008, Reviewer for the Congress EuroMOT 2008
- 2008, Reviewer for the Congress of the Association Française du Marketing

B. PUBLICATIONS / COMMUNICATIONS

Peer-Reviewed Articles

- ABBES Molka, 2008, *L'impact de la confiance sur la satisfaction du consommateur et son engagement avec l'enseigne : cas de la distribution de parfums et cosmétiques en Tunisie*, Revue EurOrient, (n° 28) : pp. 208.
- ABBES Molka, HETZEL Patrick, 2005, *La perception de la gestion de la relation client par les consommateurs : enjeux et perspectives pour la distribution de parfums et cosmétiques en France*, Revue Française du Marketing, (n° 202).

Chapters in Books

- ABBES Molka, 2007, *Le marketing relationnel. Synthèses et perspectives*, in SALERNO Francis, COLAS Hervé (eds), Marketing - Analyses et perspectives, Paris : Vuibert, Collection Entreprendre.

Peer-Reviewed Proceedings

- ABBES Molka, JULIEN Anne, *How to understand customers who says "no" to co produce on line banking service*, Academy of Marketing Science Conference, Reims Management School, Reims, France, July 19 - July 23 2011.
- ABBES Molka, JULIEN Anne, *Are customers ready to co-produce online banking services?*, European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM) 2009, Capri, Italy, June 16 - June 19 2009.
- ABBES Molka, JULIEN Anne, *Les freins à la souscription des services bancaires en ligne : quels vecteurs-clés pour instaurer la confiance ?*, International Finance Conference 2009, Hammamet, Tunisia, March 11 - March 14 2009.
- ABBES Molka, *Méthodes de la recherche en comptabilité, contrôle et audit*, International Finance Conference 2009, Hammamet, Tunisia, March 11 - March 14 2009.
- ABBES Molka, JULIEN Anne, *Les déterminants de la confiance dans le e-banking : le cas de la souscription à des services bancaires en ligne*, 11th International Business Information Management Association Conference, Cairo, Egypt, January 03 - January 07 2009.
- ABBES Molka, *Etude des liens entre confiance, engagement et satisfaction dans les relations consommateur-enseigne : une analyse structurelle appliquée au secteur de la distribution de parfums et cosmétiques en Tunisie*, 7e Colloque International de la Recherche en Sciences de Gestion A.T.S.E., Hammamet, Tunisia, March 13 - March 15 2008.
- ABBES Molka, *Analyse structurelle des liens de causalité entre déterminants et dimensions de la confiance dans les relations consommateurs-distributeurs*, 10e Colloque Etienne Thil, La Rochelle, France, October 03 - October 06 2007.
- ABBES Molka, *Une approche structurelle pour l'étude des liens de causalité entre la confiance, l'engagement et la satisfaction : cas de la relation consommateur-enseigne de distribution*, 5th Marketing Trends International Congress, Venice, Italy, January 20 - January 21 2006.
- ABBES Molka, PERRIN Christelle, *La confiance au coeur des relations bailleurs/ONG*, 14e Conférence Internationale de Management Stratégique (AIMS), Angers, France, June 07 - June 09 2005.
- ABBES Molka, *Le comportement responsable au coeur des relations de confiance entre consommateurs et distributeurs : analyse des discours des clients des enseignes d'hygiène beauté*, 5e journées internationales de la recherche en sciences de gestion, Tabarka, Tunisia, March 10 - March 12 2005.
- ABBES Molka, *Etat des pratiques relationnelles en B to C : la confiance au coeur des relations consommateurs - enseignes de la distribution*, 4e congrès des Tendances du Marketing, Paris, France, January 21 - January 22 2005.
- ABBES Molka, *La relation de confiance entre consommateurs et distributeurs : analyse des discours des clients des enseignes d'hygiène - beauté*, 7e Colloque Etienne Thill, La Rochelle, France, September 23 - September 24 2004.

- ABBES Molka, *Consommateur - Enseigne de Distribution : Vers une Relation de Confiance Evolutive*, 4e Conférence Etienne Thil , La Rochelle, France, September 27 - September 28 2001.

C. PROFESSIONAL EXPERIENCE

Teaching

- 02/2004 - To date, Professor, Reims Management School, Reims, France
- 09/2001 - 06/2003, Professor, Université de Paris II - Panthéon-Assas, Paris, France
- 09/1999 - 06/2000, Professor, IPAG (Institut de Préparation à l'Administration Générale), Paris, France
- 09/1999 - 06/2000, Professor, Université de Paris - Dauphine, Paris, France
- 09/1998 - 08/1999, Marketing professor, Ecole Supérieure de Commerce, Tunis, Tunisia

Executive Education

- 09/2009 - To date, Lecturer in 'Marketing des services' and 'Méthodologie de la thèse', Executive managers, Casablanca, Morocco, Paris Executive Campus
- 09/2009 - To date, Lecturer in 'Thesis Methodology', 'Experiential marketing', 'Service offer', Executive managers, Paris, France, Paris Executive Campus
- 09/2009 - To date, Lecturer in 'Store atmosphere and merchandising', Chinese retailing companies, Beijing, China, University of International Business and Economics

Consulting

- 08/2003 - 09/2003, Consultant in 'Marketing plan developer', Notary's office, Tunisia
- 06/2001 - 09/2001, Consultant in 'Conception and implementation of a marketing audit system and proposal of a marketing plan for a service firm', Sboui' S Service, Tunisia
- 01/2001 - 12/2001, Consultant in 'Design and implementation of a marketing audit system and proposal of a marketing plan', Tunis, Tunisia, Sboui' S Service
- 09/1996 - 10/1996, Consultant in 'Development and implementation of a marketing plan for an hotel', Formhotel, Tunisia
- 06/1996 - 09/1996, Consultant in 'Installation of marketing audit systems in several Tunisian hotel structures', Formhotel, Tunisia
- 04/1995 - 06/1995, Consultant in 'Implementation of an analytical accounting exploitation system at the National Company of Transport', SNT, Tunisia

Company Experience

- 03/2009 - To date, Head of the Master in Services and Client Relations Management, Paris Executive Campus, Paris, France