



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة شقراء

وكالة الجامعة للدراسات العليا

والبحث العلمي

عمادة الدراسات العليا

السيرة الذاتية لعضو هيئة التدريس

البيانات الشخصية

١

معز لطيفي	الاسم
٠٢/٠١/١٩٨٠ سيدي بوزيد (تونس)	تاريخ ومكان الميلاد
أعزب	الحالة الاجتماعية
العنوان الشخصي: معز لطيفي ، ص.ب ٥٩ ، ٩١٠٠ سيدي بوزيد - تونس	العنوان

المؤهلات الدراسية

٢

التاريخ	الجهة المانحة لها	التخصص	الدرجة العلمية
2019	جامعة صفاقس- تونس	إدارة الأعمال	شهادة التأهيل الجامعي
2013	جامعة صفاقس- تونس	إدارة الأعمال-تسويق	شهادة الدكتوراه
2009	جامعة جندوبة تونس	إدارة الأعمال-تسويق	شهادة الماجستير بحث
2007	جامعة جندوبة تونس	إدارة الأعمال-تسويق	شهادة الأستاذية

التخصص ومجالات الاهتمام

٣

إدارة الأعمال	التخصص العام
تسويق	التخصص الدقيق

التسويق والبيع عن بعد, التسويق الإلكتروني, سلوك المستهلك	مجالات الاهتمام العلمية
--	-------------------------

السجل الوظيفي ٤

التاريخ	جهة العمل وعنوانها	الوظيفة
2013-2015	تونس	أستاذ مساعد عرضي
2015-2019	تونس	أستاذ مساعد منتدب
2019	الممكة العربية السعودية	أستاذ مساعد متعاقد

الأعمال الإدارية واللجان ٥

التاريخ	مسمى العمل الإداري / اللجان والمهام
2019	عضو لجنة الجداول
2019	عضو لجنة النشاط الطلابي

الابحاث العلمية المنشورة ٦

عنوان البحث والناشر والتاريخ	اسم الباحث (الباحثين)
(2014), Social Media Roles in the Retail Sector: Case Facebook, act of 3 International Symposium of the Maghreb Association of Marketing , (AMM), March 5 and 6, 2014, Hammamet, Tunisia.	LTIFI Moez,
(2014), consumer happiness online, act of 12 th International Symposium of the Tunisian Association of Marketing , (ATM), 4 and April 5, 2014, Hammamet, Tunisia.	LTIFI Moez and GHARBI Jameleddine
(2015), the effect of logistics performance in retail store on the happiness and satisfaction of consumers, act of 4 International Symposium of the Maghreb Association of Marketing , (AMM), March 6 and 7, 2015, Hammamet, Tunisia.	LTIFI Moez, GHARBI Jameleddine and ALIOUAT Boualem
(2015), the selection of Islamic banks in Tunisia: the moderating role of gender and age, act of 13 th seminar International Association of Tunisian Marketing , (ATM),	LTIFI Moez, GHARBI Jameleddine and ALIOUAT Boualem

April 3 and 4, 2015, Sfax, Tunisia.	
(2015), the selection of Islamic banks in Tunisia: the moderating role of gender and age, <i>act of 13 th seminar International Association of Tunisian Marketing</i> , (ATM), April 3 and 4, 2015, Sfax, Tunisia.	LTIFI Moez, GHARBI Jameledine and ALIOUAT Boualem
(2016), the antecedents of loyalty to a retail point of sale, <i>7th International Research Meeting in Business and Management (IRMBAM - IPAG - Nice - 11/12 July 2016)</i> , France.	SAHUT. Jean-Michel, HIKKEROVA. Lubica & LTIFI. Moez,
(2011), the socio-cognitive theory of trust electronic trust, <i>Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business</i> , IJCRB, Flight. 3, No.7, pp 1048-1058	LTIFI Moez & GHARBI Jameledine
(2012), the importance of the convenience of agri-convenience Packaging in determining satisfaction, <i>Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business</i> , IJCRB, Vol. 3, No.10, pp 937-953.	LTIFI Moez, GHARBI Jameledine and KAMMOUN Mohamed
(2012), satisfaction and loyalty with the Tunisian postal services, <i>International Journal of Humanities and Social Sciences</i> , IJHSS, Vol. 2 No. 7, pp 178-191.	LTIFI Moez & GHARBI Jameledine
(2014), the effect of logistics performance in retail store on the happiness and satisfaction of consumers, <i>Procedia-Economics and Finance</i> , Vol 23, pp1347-1353, Elsevier .	LTIFI Moez & GHARBI Jameledine
(2014), role of social media in the retail sector Tunisia: the case of Facebook, <i>International Strategic Management Review</i> , N ° 2, pp 79-88, Elsevier .	LTIFI Moez & GHARBI Jameledine
(2015), impact of the perceived quality of the website Merchant on the Happiness of the Cyber Consumer, <i>Management and Organization Review</i> , Vol 7, No. 1, PP 33-43, Elsevier .	LTIFI Moez and GHARBI Jameledine
(2015), the consequences of word of mouth in the Banking Sector, <i>Management and Organization Review</i> , Volume 7, Issue 2, Pages 116 124, Elsevier .	LTIFI Moez and NAJJAR Fauzi
(2016), the effect of logistics performance in retail store on the satisfaction and happiness of consumers, <i>Journal of Management Science</i> , 2016/2 n ° 278-279, pages 89 to 98, CAIRN.INFO , (Rank: FNEGE, HCERES ...).	LTIFI Moez, HIKKEROVA. Lubica and GHARBI Jameledine
(2016), the determinants of the choice of Islamic banks in Tunisia, <i>International Journal of Bank Marketing</i> , Vol. 34 Issue 5, pp. 710 - 730, emerald insight , (Rank: CNRS, FNEGE, SSCI,	LTIFI Moez, HIKKEROVA. Lubica, ALIOUAT. Boualem & GHARBI Jameledine

AIDEA, ABDC ...) Impact Factor: 2.294.	
(2017), Electronic Co-Creation Experience: Telecommunications Sector in Tunisia as an Example, <i>Journal of Global Marketing</i> , Volume 31, 2018 – Issue 3, Pages 210-223, Routledge Taylor & Francis Group , (Rating: ABDC ...).	LTIFI Moez
(2018) "Determinants of the intention of smartphone use by mobile internet users for mservices ", <i>Management Decision</i> , e emerald insight , (Ranking: ABS, BFI, CNRS, ESSEC, FNEGE, NDS, ISI, AIDEA, ABDC ...), Impact Factor: 2,340 .	LTIFI Moez,
(2018), Antecedents and moderators roles in determining brand loyalty <i>Management 2000</i> , 2018/6 (Volume 35), pages 101 à 117. CAIRN.INFO , (Rank: FNEGE,...)	LTIFI Moez & HIKKEROVA. Lubica

الأنشطة التدريسية

٧

الدراسات العليا	المرحلة الجامعية	المقررات التدريسية التي ساهم في تدريسها
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	المبيعات في الأسواق الافتراضية
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	إدارة المنتج والسعر
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	إستراتيجية و سياسية الأعمال
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	التسويق والبيع عن بعد
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، والأعمال التجارية الإلكترونية والتسويق عبر الإنترنت
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	تخطيط التسويق

التوقيع

الاسم

التاريخ

Moez

اسم وتوقيع عضو هيئة التدريس: د. معز لطيفي

اسم وتوقيع رئيس القسم :