

**Pôle des études doctorales - Université Hassan II de Casablanca**

**PV**

**Liste des candidats convoqués à passer l'entretien oral pour l'année universitaire 2024-2025**

**Intitulé du Laboratoire : Laboratoire ingénierie scientifique des organisations (LISO)**

**Equipe de recherche : Management IT et marketing stratégique**

**Equipe de recherche : Modélisation, IA et marchés des capitaux**

**Liste 1 : Equipe de recherche : Modélisation, IA et marchés des capitaux**

Numéro de dossier	Nom	Prénom	Sujet	Laboratoire	Ordre de passage
40149	Arif	Meryem	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	1
40148	CHABABI	MAKRAM	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	2
37681	EL JAMALI	Hajar	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	3
35806	EL ALAOUI	Amine	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	4
33980	talbioui	hajar	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	5
33553	JAQUI	NOUREDDINE	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	6

32605	MOHAMED EL HADAD	MAHAMOUD	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	7
31745	LATTAF	Salma	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	8
26484	Anni	Hamza	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	9
23921	Wardane	Hamza	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	10
23920	Ben El Mahi	Youssef	Tokenisation et financement de l'économie marocaine : Perspectives et Impact	ISO	11
22237	AKCHACH	Meryeme	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	12
17783	Najile	Hamza	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	13
4605	Kettani	Kawtar	Fintechs et secteur bancaire: Mesure et Impact	ISO	14
343	RAGHIB	HAMZA	Tokenisation et financement de l'économie marocaine : Perspectives et Impact	ISO	15
20755	ABBASSI	SANAE	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	16
33368	ADERDOR	MALIKA	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	17
17595	EL GHALMI	Nouhaila	L'adoption de l'IA par l'enseignement supérieur au Maroc: défi et opportunité	ISO	18
7439	EL MOUFID	EL MOSTAFA	L'adoption de l'IA par l'enseignement supérieur au Maroc: défi et opportunité	ISO	19
30179	Ennaoui	Ouiam	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	20
24950	ER-REGHAIT	Imane	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	21
40958	EZZIRAOU	IMANE	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	22
40957	EZZOUHAIRI	IMANE	L'adoption de l'IA par l'enseignement supérieur au Maroc: défi et opportunité	ISO	23

5156	farroukh	Hiba	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	24
5155	KABBOU	Hiba	IA au service de l'innovation	ISO	25
1644	MILOUSS	Hajar	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	26
1643	Moulim	Hajar	Changement climatique et économie de l'eau: Cas du Maroc	ISO	27
11405	Samadi	Fatima Ezzahra	effets de l'IA sur le marché de travail: Cas du Maroc	ISO	28
18787	ADERDOR	hasnaa	Chômage des jeunes et inégalité d'insertion sur le marché de travail marocain	ISO	29
1297	AIT AMY	abdelhadi	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	30
5881	Ait el cadì	Laila	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	31
5880	ALIFDAL	Laila	Chômage des jeunes et inégalité d'insertion sur le marché de travail marocain	ISO	32
4642	BEKKAOUI	Kawtar	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	33
24860	BEKKAOUI	Hamza	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	34
9892	Bouazza	Oumayma	Attraction des investissements étrangers par les pays émergents	ISO	35
9372	Bouazza	ghizlane	Attraction des investissements étrangers par les pays émergents	ISO	36
18786	CHRIFA	Meryem	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	37
26744	CHRIFA	Nabil	Attraction des investissements étrangers par les pays émergents	ISO	38
1194	EL Mansouri	WIJDANE	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	39
21515	EL OUALI	Hasnaa	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	40
17336	HOURMAT	Salma	Chômage des jeunes et inégalité d'insertion sur le	ISO	41

	ALLAH		marché de travail marocain		
17243	HOURMAT ALLAH	Salma	Economie informelle au Maroc, marché de travail et pauvreté	ISO	42
17737	IDIR	Houda	Economie informelle au Maroc, marché de travail et pauvreté	ISO	43
23843	MARZAK	Meriem	Attraction des investissements étrangers par les pays émergents	ISO	44
39606	Mrani Alaoui	Hamid	Economie informelle au Maroc, marché de travail et pauvreté	ISO	45
1915	MZOUGUI	Nouha	Attraction des investissements étrangers par les pays émergents	ISO	46
34018	Rabie	hajar	Attraction des investissements étrangers par les pays émergents	ISO	47
33920	Sahifi	hajar	Chômage des jeunes et inégalité d'insertion sur le marché de travail marocain	ISO	48
34391	ziane	fatima ezzahraa	IA appliquée au processus décisionnel des organisations	ISO	49

## Liste 2 : Equipe de recherche : Management IT et marketing stratégique

Numéro de dossier	Nom	Prénom	Sujet	Laboratoire	Ordre de passage
25778	khaoula	abkari	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	1
22209	Mehdi	AITELHOUSS	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	2
40536	AHMED	BENTAYEB	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	3
5178	Oumayma	Bouchikhi	la performance des opérations de fusions et acquisitions	ISO	4
15475	Yassine	Boukouttaya	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	5
11177	JAOUAD	BOUNIF	la performance des opérations de fusions et acquisitions	ISO	6
34174	Youssef	Chakib	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	7
25190	kawtar	El ghalmi	la performance des opérations de fusions et acquisitions	ISO	8
31715	Yassine	El Youmni	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	9
17751	Ibtissam	ENNOURI	la performance des opérations de fusions et acquisitions	ISO	10
25191	Ghita	Kabbabi	la performance des opérations de fusions et acquisitions	ISO	11
13482	Lahcen	Mahdouli	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	12
20499	SIHAME	NAJMI	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	13
23874	Meriem	SAFFINE	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	14

12410	KAWTAR	SAOUABI	Impact de la gestion comptable et des résultats sur la gestion globale de l'entreprise	ISO	15
41100	safae	bourja	-Systèmes d'information (intégration, usage ou évaluation) et performance des organisations	ISO	16
38078	MONSSEF	MARHRAOUI	-Systèmes d'information (intégration, usage ou évaluation) et performance des organisations	ISO	17
33291	najoua	lourhaoui	-Intelligence artificielle et pratique managériale	ISO	18
24531	Nora	HAKMI	-Intelligence artificielle et pratique managériale	ISO	19
21970	othmane	benghezala	-Systèmes d'information (intégration, usage ou évaluation) et performance des organisations	ISO	20
20950	HASNA	BALAHCEN	-Systèmes d'information (intégration, usage ou évaluation) et performance des organisations	ISO	21
18694	Hiba	Belamrya	-Intelligence artificielle et pratique managériale	ISO	22
16150	SALAH	EL MIET	-Intelligence artificielle et pratique managériale	ISO	23
6384	ANAS	ABOUDIAR	-Systèmes d'information (intégration, usage ou évaluation) et performance des organisations	ISO	24
6146	safia	chandid	-Intelligence artificielle et pratique managériale	ISO	25
4093	Mohamed	Ouallal	-Intelligence artificielle et pratique managériale	ISO	26
40529	Omar	Hanafi	Content Marketing and Student Engagement: Optimization Strategies for Online Educational Platforms	ISO	27
38458	MOHAMED REDA	ELFAKIR	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	28
37224	Samia	Malyadi	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	29
26867	Loubna	Hamraoui	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	30

21154	sanaa	mter	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	31
20932	Kaoutar	EL FARISSI	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	32
20078	Rania	Redwane	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	33
16558	MOHAMED	ZOUIHIL	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	34
14798	SALMA	CHANAOUI	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	35
11912	Majda	BERCHI	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	36
11165	Kaouthar	Magouani	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	37
9492	Amal	ETTAIB	The Impact of Digital Marketing on the Performance of Learning Management Systems (LMS)	ISO	38
9316	YOUSSEF	ASLI	The Impact of Digital Marketing on the Performance of Learning Management Systems (LMS)	ISO	39
6611	El Yazid	marih	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	40
3467	ISMAIL	ZERRAI	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	41
1451	Bouchra	Sabir	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de	ISO	42

			McKinsey		
40980	Meryam	Boulaamane	Content Marketing and Student Engagement: Optimization Strategies for Online Educational Platforms	ISO	43
40979	DOUNIA	LASMAR	The Impact of Digital Marketing on the Performance of Learning Management Systems (LMS)	ISO	44
40528	Chaimae	Ousbih	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	45
40113	oumaima	MAJDOUB	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	46
17992	Anass	Ait Chikh	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	47
17991	Othmane	FAHMI	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	48
12829	SAMIR	OUKMI	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	49
10088	Hiba	AFZA	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	50
8102	Youssef	Saufi	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	51
2964	Inssaf	EL JAZOULI	Optimisation des Stratégies de Marketing Digital : Une Perspective de Gestion Stratégique et Organisationnelle selon le modèle des 7S de McKinsey	ISO	52
32137	MOHAMED SALIM	THAMIR	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	53

14069	hasna	El hamzaoui	Le Branding Institutionnel dans l'enseignement Supérieur : Stratégies de Différenciation et Impact sur l'Attraction des Étudiants	ISO	54
-------	-------	-------------	---	-----	----

### Avis important

Le jour de l'entretien, les candidats doivent être munis du dossier de candidature en deux exemplaires (CIN, Diplômes, Relevés de notes, CV et Projet(s) de recherche)